

ПОЛИТИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

*Автор (составитель)
д.ф.н., проф. Федоркин Н.С.*

1. Характеристика учебной дисциплины

Дисциплина «Политический менеджмент» относится к одной из научных дисциплин политического знания, составляющих ядро современной политической науки. Изучение «Политического менеджмента» в магистратуре по направлению подготовки – 39.04.01 – Социология» предполагает глубокое усвоение магистрантом базовых теоретических подходов исследования основных тем и проблем политического менеджмента, методов и практик, приобретение необходимого уровня знаний, умений, навыков для осуществления профессионального анализа политического управления социальными механизмами власти и влияния, взаимодействия общества с институтами власти на разных этапах функционирования социально-политической системы.

2. Цели и задачи освоения дисциплины

Основной целью курса является формирование у обучающихся концептуального представления о проблемном поле дисциплины, важнейших дискуссионных вопросах и методологии ее исследования, тенденциях в подходах изучения политического менеджмента в нашей стране и за рубежом.

К основным задачам курса можно отнести:

- анализ базовых теоретических подходов исследования основных тем и проблем политического менеджмента;
- изучение дискуссионных вопросов политического менеджмента и методологии его исследования;
- концептуализация новых тенденций в подходах изучения политического менеджмента в нашей стране и за рубежом;
- исследование теоретическими и методологическими возможностями политической социологии проблемного поля политического менеджмента.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

Профессиональные компетенции:

- способность на основе социологической теории анализировать и интерпретировать социальную, демографическую, политическую, экономическую, культурную и естественнонаучную информацию для решения профессиональных задач (ПК-8);
- способность использовать знание теорий и методов социальных и гуманитарных наук в работе с методическим инструментарием, нормативными документами, информационными материалами для осуществления исследовательской, аналитической и консалтинговой деятельности (ПК-11).

Специальные профессиональные компетенции:

- способность применять теоретико-методологические социологические подходы для самостоятельной разработки методического инструментария планирования, организации, проведения и мониторинга исследовательских, аналитических и консалтинговых проектов при социологическом сопровождении управления человеческими ресурсами в политических кампаниях (СПК-1);
- способность осуществлять и представлять проектные работы в области изучения механизмов власти и влияния, процесса принятия политических решений, мотивации политического поведения, политического лидерства, лоббизма,

политического урегулирования конфликтов, политической рекламы, имиджмейкинга, масс-медиа в соответствии с нормативными документами (СПК-2).

4. Место дисциплины в структуре Основной образовательной программы

Дисциплина «Политический менеджмент» относится к вариативной части профессионального цикла ООП и по характеру ее освоения является обязательной для магистрантов на определенном периоде обучения. В содержательном плане и в логической последовательности она предваряет изучение дисциплин вариативной части профессионального цикла ООП «Социологии электорального менеджмента», «Социологии процесса принятия политических решений», «Социологии политического урегулирования конфликтов», группы дисциплин по выбору, относящихся к предметному полю политического менеджмента. В освоении дисциплины «Политический менеджмент» магистранты опираются на знания, которые они получили в ходе изучения гуманитарных, социально-экономических и естественнонаучных дисциплин, а также дисциплин политологического цикла и социологии: «Политологии», «Социологии», «Политической социологии», «Социологии международных отношений».

5. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Формируемые компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине «Политический менеджмент»
<p>Способность на основе социологической теории анализировать и интерпретировать социальную, демографическую, политическую, экономическую, культурную и естественнонаучную информацию для решения профессиональных задач (ПК-8)</p>	<p>ВЛАДЕТЬ: навыками анализа теоретических и методологических проблем, возникающих при решении исследовательских и практических задач в процессе освоения социальных механизмов власти и влияния в обществе на разных этапах его развития и в разных фазах его функционирования.</p> <p>УМЕТЬ: применять существующие методы и процедуры при разработке и проведении исследований в предметном поле политического менеджмента.</p>
<p>Способность использовать знание теорий и методов социальных и гуманитарных наук в работе с методическим инструментарием, нормативными документами, информационными материалами для осуществления исследовательской, аналитической и консалтинговой деятельности (ПК-11)</p>	<p>ЗНАТЬ: теории и методы социальных и гуманитарных наук для работы с методическим инструментарием, информационными материалами при осуществлении исследовательской, аналитической и консалтинговой деятельности в области политического менеджмента.</p> <p>УМЕТЬ: применять теории и методы социальных и гуманитарных наук при осуществлении исследовательской, аналитической и консалтинговой деятельности в предметном поле политического менеджмента.</p>

<p>Способность применять теоретико-методологические социологические подходы для самостоятельной разработки методического инструментария планирования, организации, проведения и мониторинга исследовательских, аналитических и консалтинговых проектов при социологическом сопровождении управления человеческими ресурсами в политических кампаниях (СПК-1)</p>	<p>ЗНАТЬ: теоретико-методологические подходы разработки методического инструментария планирования, организации, проведения и мониторинга исследовательских, аналитических и консалтинговых проектов при социологическом сопровождении управления человеческими ресурсами в политических кампаниях.</p> <p>УМЕТЬ: применять теоретико-методологические социологические подходы для самостоятельной разработки инструментария планирования, организации, проведения и мониторинга исследовательских, аналитических и консалтинговых проектов при социологическом сопровождении управления человеческими ресурсами в политических кампаниях.</p>
<p>Способность осуществлять и представлять проектные работы в области изучения механизмов власти и влияния, процесса принятия политических решений, мотивации политического поведения, политического лидерства, лоббизма, политического урегулирования конфликтов, политической рекламы, имиджмейкинга, масс-медиа в соответствии с нормативными документами (СПК-2)</p>	<p>ЗНАТЬ: технологии подготовки и представления проектных работ предметного поля политического менеджмента в соответствии с нормативными документами.</p> <p>УМЕТЬ: самостоятельно разрабатывать, осуществлять и представлять проектные работы предметного поля политического менеджмента в соответствии с нормативными документами.</p>

6. Общая трудоемкость дисциплины составляет **5** зачетных единиц, **180** часов, из которых **48** часов отводится лекционно-практическим занятиям обучающихся с преподавателем, **132** часа составляет самостоятельная работа. Итоговый контроль – экзамен.

7. Форма обучения - очная.

8. Образовательные технологии

При реализации рабочей программы дисциплины «Политический менеджмент» предусмотрено применение совокупности образовательных технологий, использование которых обеспечивает концептуальное усвоение магистрантами содержания курса. К основным из них можно отнести:

8.1. Образовательные технологии:

- проведение лекционно-практических занятий проблемно-дискуссионного формата;
- использование в учебном процессе междисциплинарного подхода с применением ситуационного анализа;

- использование творческих заданий в виде эссе, аналитических записок, рефератов, докладов;
- проведение групповых дискуссий по актуальным теоретическим, методологическим и прикладным проблемам политического менеджмента в современной России и за рубежом.

8.2. Научно-исследовательские технологии:

- инициация поиска дополнительной информации для подготовки к групповым дискуссиям по проблемам политического менеджмента;
- мотивирование работы обучающихся с материалами периодических изданий, интернет-источников, международных научных электронных баз для поиска информации по актуальным теоретическим и методологическим проблемам политического менеджмента.

9. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

№ п/п	Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины	Всего часов	Лекционно-практические занятия	Самостоятельная работа (час)
1	Объект, предмет, цели и задачи курса	12	2	10
2	Политическая власть как совокупность функций управления	14	4	10
3	Этапы развития и методологические проблемы политического управления	14	4	10
4	Политическая кампания	16	4	12
5	Проектирование политических кампаний	24	6	18
6	Информационно-аналитическое сопровождение организации политических кампаний	18	6	12
7	Управление мотивацией в политических кампаниях	16	4	12
8	Убеждающая коммуникация в политических кампаниях	16	4	12
9	Управление коммуникационными процессами в политических кампаниях	18	6	12
10	Управление рисками в политических кампаниях	16	4	12
11	Политическое консультирование	16	4	12
	ИТОГО	180	48	132

Содержание дисциплины «Политический менеджмент»

Тема 1. Объект, предмет, цели и задачи курса

Системный характер организации политической сферы. Политика как объект управления и процесс принятия управленческих решений. Механизм функционирования политических систем. Субъект-объектный характер управленческой деятельности. Функции системы управления.

Понятие и основные подходы к исследованию политического управления. Виды политического управления: государственное, управление в политических организациях, управление политическими кампаниями. Подходы в понимании соотношения государственного и политического управления. Субъекты и объекты политического управления. Понятие политического менеджмента в широком и в узком смысле. Междисциплинарный характер изучения политического управления.

Политический менеджмент как вид специального менеджмента, политико-управленческая дисциплина политической науки и система политических технологий, обеспечивающих эффективное управление политическими процессами. Соотношение предметной области политической социологии и политического менеджмента.

Особенности категориального аппарата дисциплины политического менеджмента. Функции политического менеджмента. Структура, логика, цели и задачи курса.

Тема 2. Политическая власть как совокупность функций управления

Власть как способность системы обеспечивать исполнение ее элементами принятых обязательств. Структура властных отношений. Разделение властей как фундаментальный принцип организации власти современных (конституционных) государств и условие эффективного управления социально-политической системой.

Многомерная модель политической власти: власть как представительство, борьба за участие в разработке и принятии управленческих решений, технология решения социальных проблем. Понятие политического рынка как особого рода обмена возможностями социальных субъектов по поводу власти. Субъекты политического рынка. Ресурсы и способы обмена на политическом рынке. Понятие и виды политического капитала. Политический рынок и политический менеджмент. Власть и влияние как специфический механизм социального общения и совокупность функций управления. Понятие легитимности и способы легитимации политической власти.

Механизм политического властвования. Причины возрастания роли политического менеджмента в современном обществе.

Тема 3. Этапы развития и методологические проблемы политического управления

Исторические, социально-экономические и цивилизационные предпосылки становления современных теорий политического управления. Этапы в развитии современных теорий государственного и политического управления. Роль В. Вильсона (1856-1924), Ф. Гуднау (1859-1939), М. Вебера (1864-1920), Л.Д. Уайта (1891-1958) и др. в формировании предметного поля современных теорий государственного управления и политического менеджмента. Влияние школ классического и научного менеджмента (А. Файоль (1841-1925), Ф. Тейлор (1856-1915), человеческих отношений (Э. Мэйо (1880-1949) и др.) на процесс становления политического менеджмента как одного из видов управленческих отношений в политике. Развитие идей и практик политического менеджмента в контексте кризисных процессов в политической науке начала XX века и последовавшей позднее поведенческой революции.

Структура и виды политического менеджмента. Электоральный менеджмент, политический имиджмейкинг, политический брендинг, лоббистская деятельность, урегулирование политических конфликтов, политическая поддержка (информационно-аналитическое сопровождение) процесса принятия государственных решений,

политическое консультирование. Соотношение понятий политический менеджмент, политический маркетинг, public relations.

Особенность методологической базы исследования политического менеджмента. Соотношение количественных и качественных методов в исследовании политического менеджмента. Факторы, влияющие на выбор методов исследования конкретного вида политико-управленческой ситуации.

Тема 4. Политическая кампания

Понятие политической кампании как вида политико-управленческих отношений, специфической управленческой организации, предметной области политического менеджмента. Уникальность политической кампании как политико-управленческого проекта. Виды политических кампаний. Инициаторы, организаторы и участники политических кампаний. Субъекты и объекты в политических кампаниях. Специфика субъект-объектных управленческих отношений в политических кампаниях. Характер влияния на субъект-объектные политико-управленческие отношения и выбор технологий проведения политической кампании правового регулирования политическими процессами конкретной политической системы, политической культуры страны, конкурентной среды управленческих отношений в политике, ресурсных возможностей субъектов политико-управленческих отношений, ситуативных факторов внешней среды политической кампании. Особенности организации и проведения политических кампаний в современной России.

Принципы создания типовой эффективной команды-субъекта (организации) управления политической кампанией. Факторы, влияющие на организационную структуру команды-субъекта управления политической кампанией. Место и роль менеджера политической кампании в структурировании команды-субъекта управления политической кампанией. Функции менеджера политической кампании. Типы взаимодействия менеджера политической кампании с ее инициаторами (работодателями) и их влияние на эффективность достижения поставленных целей и задач политической кампании.

Тема 5. Проектирование политических кампаний

Понятие проекта политической кампании. Виды проектов политических кампаний. Политические кампании «под ключ» и сложно структурированные. Субъекты проектирования политических кампаний. Принципы разработки и технологии подготовки проектов политических кампаний. Проект политической кампании как предполагаемая концепция ее организации и проведения и предварительный прогноз ее возможного развития. Влияние вида политической кампании на структуру и содержание проекта.

Основные разделы и содержание проекта политической кампании. Стартовая диагностика объекта политико-управленческих отношений. Система сбора и анализа данных. Эмпирическая база анализа и описания проблемного поля политической кампании, конкурентной среды, ресурсных потребностей, выбора возможной модели стратегии и тактики по достижению политических и управленческих целей, предполагаемых технологий и способов управленческих воздействий на объект управления. Требования к проекту политической кампании и обоснованности его основных выводов и рекомендаций.

Тема 6. Информационно-аналитическое сопровождение организации политических кампаний

Поэтапный процесс организации и проведения политических кампаний. Влияние видов политических кампаний на специфику процесса их организации и проведения.

Диагностика объекта политико-управленческих отношений как источник информации для разработки стратегии и тактики политической кампании. Роль комплексного социологического исследования объекта политико-управленческих отношений в подготовке информационно-аналитической базы для разработки пакета основных документов организации и проведения политической кампании: плана политической кампании, программы действий субъекта политико-управленческих отношений, стратегии политической кампании, системы мониторинга политико-

управленческого процесса политической кампанией, бизнес-плана кампании, сетевого графика политической кампании. Коррекция структуры «команды-субъекта» политической кампании.

Понятие и типология стратегий политических кампаний. Факторы, влияющие на выбор типа стратегии политической кампании. Этапы, методы сбора информации, принципы и технологии проектирования стратегии политической кампании. Данные социологического опроса, фокус-групповых исследований, контент-анализа отражения проблемного поля управленческой ситуации в СМИ, экспертного опроса лидеров общественного мнения, результатов специальных исследований, вторичного анализа данных информационно-аналитической информации состояния и тенденций изменений управленческой ситуации как эмпирическая база проектирования стратегии и тактики политической кампании, определения технологий и способов управленческого влияния на объект управления.

Понятие мониторинга политических кампаний. Мониторинг как структурный элемент организационно-управленческого процесса политической кампании и механизм «обратной связи» в системе политико-управленческих отношений. Виды мониторинга политических кампаний. Факторы, определяющие выбор видов мониторинга политических кампаний. Мониторинг политических кампаний как управленческий механизм коррекции стратегии политической кампании, имиджа субъекта управления, определения зон риска политических кампаний, выявления степени эффективности отдельных направлений работы «команды-субъекта» политико-управленческих отношений.

Тема 7. Управление мотивацией в политических кампаниях

Понятие мотивации политического действия (поведения) в политических кампаниях. Основные теории мотивации политических действий: социологическая, психологическая, бихевиоральная, ситуационная, рационального выбора, когнитивная. Когнитивная модель мотивации политического действия. Управление мотивацией политического поведения как механизм направленного влияния на сферу мотивации индивидов и социальных групп с целью побуждения их к действиям отвечающим интересам субъекта-команды политической кампании. Основные задачи управления мотивацией в политической кампании. Факторы влияния на управление мотивацией политических действий. Ограничения и возможности внешнего воздействия на мотивацию политического действия. Необходимость комплексного подхода к использованию технологий управления мотивацией в политической кампании.

Манипуляция в политическом менеджменте. Понятие манипуляции. Соотношение понятий мотивация и манипуляция. Манипуляция как особый механизм влияния на психическую сферу личности. Субъекты и объекты манипуляционных воздействий в политическом управлении. Виды манипуляционных технологий. Социально-психологические факторы и условия, способствующие манипулированию сознанием индивидов и социальных групп. Основные каналы, способы и средства применения манипуляционных технологий в политических кампаниях. Специфика применения манипуляционных технологий в различных видах политического менеджмента. Морально-правовые меры противодействия применению манипуляционных технологий в политико-управленческом процессе политическими кампаниями.

Тема 8. Убеждающая коммуникация в политических кампаниях

Понятие политической коммуникации. Коммуникация как структурный элемент (подсистема) и функция политической системы. Особенности коммуникации в политическом менеджменте. Понятие убеждающей коммуникации. Виды и модель убеждающей коммуникации. Задачи управления коммуникационными процессами в политической кампании. Принципы выбора центральных тем (темы) убеждающей коммуникации в политической кампании. Факторы влияния на разработку сюжетной линии и отбора информационных продуктов убеждающей коммуникации в политических кампаниях. Многофункциональная роль политических слоганов в политических

кампаниях. Политический слоган как интегратор концепции, стратегии, центральной темы (тем) и целей политической кампании. Техники реализации концепции убеждающей коммуникации в политических кампаниях

Тема 9. Управление коммуникационными процессами в политических кампаниях

Политическая кампания как коммуникационный процесс. Структура коммуникационного пространства в политических кампаниях. Принципы отбора каналов продвижения информации и формирования концепции информационного сопровождения политических кампаний. Факторы, влияющие на достижение максимальной эффективности информационно-аналитического сопровождения политических кампаний. Система мониторинга информационно-аналитического сопровождения политической кампании как механизм коррекции и управления ее процессом.

Основные каналы коммуникационного пространства политических кампаний. Политическая реклама. Понятие, виды, функции, принципы организации рекламной кампании. Технологии организации и проведения отдельных видов политической рекламы. Эффективность политической рекламы в зависимости от видов политических кампаний и их особенностей.

СМИ как важнейший канал политической коммуникации и «фабрика» формирования общественного мнения. Структура и функции СМИ. Политические функции СМИ. Смысл определения СМИ как «четвертой власти». Технологии формирования информационного направления в структуре команды-субъекта политических кампаний. Модель информационной кампании. Особенности информационных продуктов СМИ. Понятие информационного повода как результата событийных акций в политических кампаниях. Возможности и ограничения использования СМИ в различных видах политических кампаний.

Интернет-технологии в политических кампаниях. Качественные отличия интернет-технологий и их возможностей коммуникации с целевыми аудиториями от технологий традиционных средств массовых информационных средств.

Межличностное общение как канал продвижения информации в политических кампаниях. Принципы организации работы в политических кампаниях с лидерами общественного мнения, целевыми группами, группами населения. Виды межличностного общения в политических кампаниях. Массовые мероприятия в политических кампаниях: их назначение, принципы организации, виды, место и роль в убеждающей коммуникации.

Тема 10. Управление рисками в политических кампаниях

Понятие и виды рисков в политических кампаниях. Внутренние и внешние риски политических кампаний. Кризисная ситуация как проявление риска/рисков в процессе реализации стратегии политической кампании. Конкурентная среда политической кампании как источник рисков и кризисных ситуаций. Методики анализа конкурентной среды. Каналы сбора информации об оппонентах в политических кампаниях. Способы позиционирования оппонентов в политических кампаниях. Контрпропаганда как структурный элемент стратегии политических кампаний. Условия и эффективность использования контрпропаганды в политических кампаниях. Информационная защита политической кампании как способ ограничения возможности проявления в них кризисных ситуаций. Виды информационной защиты.

Управление политической кампанией в условиях кризисных ситуаций. Особенности политической коммуникации и процесса принятия командных решений в условиях развивающейся в политической кампании кризисной ситуации. Типовые модели взаимодействия в политических кампаниях в условиях кризисной ситуации работодателя, политического менеджера/политического консультанта, команды.

Тема 11. Политическое консультирование

Понятия «политическое консультирование» и «политический консультант». Области и виды политического консультирования. Особенности политического консультирования в

различных видах политических кампаний. Формы продуктов политического консультирования. Особенности политического консультирования в политических кампаниях современной России. Политическое консультирование как вид политического менеджмента и профессия.

Функции политических консультантов. Требования, предъявляемые к политическим консультантам. Принципы подбора и критерии оценки деятельности политических консультантов. Типовые ошибки консультанта во взаимодействии с работодателем. Конфликтные и кризисные ситуации в системе взаимодействия консультант-работодатель и принципы их возможного урегулирования. Технологии психодиагностики работодателя как один из вариантов предупреждения конфликтных ситуаций во взаимодействии политических консультантов и работодателей. Типы личностей работодателей.

Этические проблемы политических технологий. Неформальный кодекс профессионального поведения политических консультантов.

10. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы магистрантов и методические указания по освоению дисциплины «Политический менеджмент»

Контрольные вопросы и задания для самостоятельной работы по темам курса

Тема 1. Объект, предмет, цели и задачи курса

Контрольные вопросы:

1. Политика как объект управления и процесс принятия политических решений.
2. Модели политической системы и механизмы их функционирования.
3. Функции системы управления.
4. Основные подходы к исследованию и виды политического управления.
5. Междисциплинарный характер изучения политического управления.
6. Понятие политического менеджмента в широком и узком смысле.
7. Соотношение предметной области политической социологии и политического менеджмента.
8. Особенности категориального аппарата дисциплины политического менеджмента.
9. Функции политического менеджмента.

Основная литература: № 2, 3, 9, 10, 11, 12.

Дополнительная литература: № 6, 8, 18, 22, 34-38, 41.

Задания для самостоятельной работы:

1. Подготовьте краткий доклад по теме: «Понятие политического менеджмента в широком и в узком смысле». Дайте аргументированное обоснование своей точки зрения.
2. Как Вы считаете, правомерна ли постановка вопроса о соотношении объектно-предметной области политической социологии и политического менеджмента? В кратком эссе либо в таблице сравнительного анализа общих и отличительных черт предметной области этих дисциплин выразите свое обоснованное мнение.

Основная литература: № 1- 3, 10-12.

Дополнительная литература: № 6, 9, 20, 33, 37.

Тема 2. Политическая власть как совокупность функций управления

Контрольные вопросы:

1. Понятие политической власти. Структура властных отношений.
2. Многомерная модель политической власти: власть как представительство, борьба за участие в разработке и принятии управленческих решений, технология решения социальных проблем.
3. Понятие и субъекты политического рынка. Политический капитал и его виды.

4. Политический рынок и политический менеджмент. Ресурсы и способы обмена на политическом рынке.
5. Власть и влияние как специфический механизм социального общения и совокупность функций управления. Понятие легитимности и способы легитимации власти.
6. Механизм политического властвования: структура и функционирование.
7. Причины возрастания роли политического менеджмента в современном обществе.

Основная литература: № 2, 3, 10, 11, 12.

Дополнительная литература: № 1, 3, 4, 5, 6, 9, 10, 13, 18, 19, 31, 32, 34, 35, 36, 38,

Задание для самостоятельной работы:

Проанализируйте в историческом контексте причины возрастания роли политического менеджмента в современных обществах. Насколько связана эта проблема с кризисом политической науки на рубеже XIX-XX вв. и последовавшей затем поведенческой революцией? Материал подготовить в формате доклада.

Основная литература: № 10, 11, 12.

Дополнительная литература: № 6, 8, 9, 19, 24, 32, 34, 36, 37, 40.

Тема 3. Этапы развития и методологические проблемы политического управления

Контрольные вопросы:

1. Исторические, социально-экономические и цивилизационные предпосылки становления современных теорий политического управления.
2. Этапы в развитии современных теорий государственного и политического управления.
3. Развитие идей и практик политического менеджмента в контексте кризисных процессов в политической науке в начале XX века и последовавшей позднее поведенческой революции.
4. Влияние основных школ менеджмента на процесс становления политического менеджмента как одного из видов управленческих отношений в политике.
5. Виды политического менеджмента.
6. Соотношение понятий политический менеджмент, политический маркетинг, PR.
7. Соотношение качественных и количественных методов в исследовании политического менеджмента.

Основная литература: № 2, 3, 4, 9, 10, 11, 12.

Дополнительная литература: № 6, 8, 13, 17, 24, 31, 32, 34, 36, 37, 38, 40.

Задание для самостоятельной работы:

Виды политического менеджмента. Составьте таблицу, в которой необходимо выстроить все виды политического менеджмента в логической последовательности их места в механизме функционирования политической системы. Дать краткое обоснование своей точки зрения в формате небольшого доклада.

Основная литература: № 10, 11.

Дополнительная литература: № 9, 17, 23, 37.

Тема 4. Политическая кампания

Контрольные вопросы:

1. Понятие политической кампании как вида политико-управленческих отношений. Виды политических кампаний.
2. Субъекты и объекты политических кампаний. Специфика субъект-объектных управленческих отношений в политических кампаниях.
3. Факторы, влияющие на субъект-объектные политико – управленческие отношения и выбор технологий проведения политических кампаний.
4. Принципы создания типовой эффективной команды-субъекта (организации) управления политической кампанией.

5. Функции менеджера политической кампании. Типы взаимодействий менеджера политической кампании с ее инициаторами (работодателями) и их влияние на эффективность достижения поставленных целей и решения задач политической кампании.

Основная литература: № № 1, 2, 7, 8, 10, 11, 12.

Дополнительная литература: № 7, 8, 11, 12, 13, 20, 22, 28, 35, 38.

Задания для самостоятельной работы:

1. Принципы и технологии создания типовой команды-субъекта (организации) управления политической кампанией. Подготовьте схему-модель типовой команды-субъекта (организации) управления политической кампанией с кратким описанием основных функций ее структурных звеньев. Материал подготовить в формате доклада.
2. Уникальность политической кампании как политического проекта. В формате эссе определите, проанализируйте и дайте содержательное обоснование политической кампании как «уникального» политического проекта.

Основная литература: № 3, 6, 10, 11.

Дополнительная литература: № 7, 11, 12, 20, 31, 36.

Тема 5. Проектирование политических кампаний

Контрольные вопросы:

1. Понятие, виды, принципы разработки и технологии подготовки проектов политических кампаний.
2. Влияние вида политической кампании на структуру и содержание проекта.
3. Стартовая диагностика объекта политико-управленческих отношений.
4. Требования к проекту политической кампании и обоснованности его основных выводов и рекомендаций.

Основная литература: 1, 2, 3, 7, 8, 10, 11, 12.

Дополнительная литература: № 2, 7, 12, 19, 20, 28, 30, 35, 36, 38.

Задание для самостоятельной работы:

Требования к проекту политической кампании и обоснованности его основных выводов и рекомендаций. Определите объектом проектирования один из видов политических кампаний. В логической последовательности опишите ваши действия по проектированию этого вида политической кампании. Сформулируйте аналитически обоснованные выводы и рекомендации с точки зрения предъявляемых к политическому проекту требований. Материал подготовить в формате эссе.

Основная литература: № 3, 7, 10, 11.

Дополнительная литература: № 7, 8, 12, 13, 20, 28, 31, 36.

Тема 6. Информационно-аналитическое сопровождение организации политических кампаний

Контрольные вопросы:

1. Основные этапы организации и проведения политических кампаний. Влияние видов политических кампаний на специфику их организации и проведения.
2. Содержание диагностики объекта политико-управленческих отношений как основной источник информации для разработки стратегии, тактики и технологий проведения политической кампании.
3. Типовой пакет основных документов организации и проведения политической кампании.
4. Понятие и типология стратегий политических кампаний. Факторы, влияющие на выбор типа стратегии политической кампании.
5. Понятие и виды мониторинга политических кампаний. Мониторинг как структурный элемент организационно-управленческого процесса и механизм «обратной связи» в системе политико-управленческих отношений.

Основная литература: № 1, 3, 5, 7, 10, 11, 12.

Дополнительная литература: № 7, 8, 12, 20, 21, 28, 30, 31, 33, 35, 36.

Задание для самостоятельной работы:

Факторы, определяющие выбор видов мониторинга политических кампаний. В формате сравнительного анализа 2-3 видов политических кампаний в кратком эссе, либо в виде таблицы выявить и проанализировать систему факторов, влияющих на выбор форм мониторинга конкретных видов политических кампаний.

Основная литература: № 3, 7, 9, 10, 11.

Дополнительная литература: № 1, 7, 8, 16, 20, 21, 31, 35, 36.

Тема 7. Управление мотивацией в политических кампаниях

Контрольные вопросы:

1. Понятие и основные теории мотивации политического действия.
2. Когнитивная модель мотивации политического действия.
3. Механизм и основные задачи управления мотивацией в политической кампании.
4. Факторы, влияющие на управление мотивацией политических действий.
5. Манипуляции в политическом менеджменте: понятие, механизмы, виды манипуляционных технологий.
6. Социально-психологические факторы и условия, способствующие манипулированию сознанием индивидов и социальных групп.
7. Морально-правовые меры противодействия применению манипуляционных технологий в политико-управленческом процессе политическими кампаниями.

Основная литература: № 1- 3, 10-12.

Дополнительная литература: № 1, 10, 14, 18, 19, 25, 28, 30, 35, 36, 38.

Задания для самостоятельной работы:

1. Определите по степени важности основные факторы и условия, которые, по Вашему мнению, способствуют манипулированию сознанием индивидов и социальных групп. Постарайтесь обосновать Ваше мнение с позиций основных теорий мотиваций политического действия. Материал подготовить в формате доклада.
2. Как Вы считаете, насколько эффективными могут быть, и при каких условиях, морально-правовые меры противодействия применению манипуляционных технологий в управленческом процессе политическими кампаниями. Изложите свое видение проблемы в кратком эссе.

Основная литература: № 1, 3, 7, 8, 10, 11.

Дополнительная литература: № 7, 13, 14, 20, 24, 25, 36, 38.

Тема 8. Убеждающая коммуникация в политических кампаниях

Контрольные вопросы:

1. Понятие политической коммуникации. Коммуникация как структурный элемент (подсистема) и функция политической системы.
2. Понятие убеждающей коммуникации. Виды и модель убеждающей коммуникации.
3. Задачи управления коммуникационными процессами в политических кампаниях.
4. Принципы выбора центральных тем (темы) убеждающей коммуникации в политической кампании.
5. Техники реализации концепции убеждающей коммуникации в политических кампаниях.
6. Политический слоган как интегратор концепции, стратегии, центральной темы (тем) и целей политической кампании.

Основная литература: № 1, 2, 7, 8, 9, 10, 11, 12.

Дополнительная литература: № 7, 13, 14, 15, 18, 19, 20, 25, 30, 33, 35, 36.

Задания для самостоятельной работы:

1. Политический слоган как интегратор концепции, стратегии, центральной темы (тем) и целей политической кампании. В логически выстроенных тезисах сформулируйте ответ на вопрос: почему политический слоган выступает в такой многофункциональной роли?

2. Как Вы считаете, всегда ли в политических кампаниях может быть только одна «центральная тема»? При каких условиях в конкретных политических кампаниях могут быть и другие варианты? Изложите свою позицию в краткой аналитической записке.

Основная литература: № 1, 3, 7, 8, 9, 10, 11.

Дополнительная литература: № 1, 7, 15, 20, 32, 34.

Тема 9. Управление коммуникационными процессами в политических кампаниях

Контрольные вопросы:

1. Структура коммуникационного пространства в политических кампаниях.
2. Принципы отбора каналов продвижения информации и формирование концепции информационного сопровождения политических кампаний.
3. Система мониторинга информационно-аналитического сопровождения политической кампании как механизм коррекции и управления ее процессом.
4. СМИ как важнейший канал политической коммуникации и «фабрика» формирования общественного мнения.
5. Понятие, виды, функции, принципы организации рекламной кампании.
6. Межличностное общение как канал продвижения информации в политических кампаниях.
7. Виды межличностного общения в политических кампаниях.
8. Массовые мероприятия (событийные акции) в политических кампаниях: их назначение, принципы организации, виды, место и роль в убеждающей коммуникации.
9. Место и роль интернет-технологий в современных политических кампаниях.

Основная литература: № 1, 2, 7, 8, 9, 10, 11, 12.

Дополнительная литература: № 1, 6, 7, 13, 18, 20, 21, 26, 28, 29, 30, 36, 38.

Задания для самостоятельной работы:

1. Какие факторы, на Ваш взгляд, влияют на отбор каналов продвижения информации и формирование концепции информационного сопровождения в политических кампаниях? Ответ на вопрос можно представить в виде краткой аналитической записки. Либо, определив для анализа несколько видов политических кампаний, сформулировать ответ в формате сравнительного анализа действия этих факторов для разных видов политических кампаний.
2. В каких политических кампаниях целесообразно использовать массовые акции? Каково их назначение, принципы организации, виды, эффективность в убеждающей коммуникации? Постарайтесь ответить на этот вопрос в форме небольшого проблемного доклада, который мог бы стать основой для дискуссии на семинарском занятии, либо на групповой консультации.

Основная литература: № 1, 3, 7, 8, 10, 11.

Дополнительная литература: № 1, 7, 12, 13, 18, 20, 22, 29- 31, 34- 36.

Тема 10. Управление рисками в политических кампаниях

Контрольные вопросы:

1. Понятие и виды рисков в политических кампаниях. Внутренние и внешние риски.
2. Конкурентная среда как источник рисков и кризисных ситуаций в политических кампаниях.
3. Информационная защита политических кампаний как способ ограничения возможности проявления в них кризисных ситуаций.
4. Контрпропаганда как структурный элемент стратегии политических кампаний.
5. Особенности управления политической кампанией в условиях кризисных ситуаций.
6. Типовые модели взаимодействия в условиях кризисной ситуации в политических кампаниях работодателя, политического менеджера / политического консультанта, команды.

Основная литература: № № 3, 7, 11, 12.

Дополнительная литература: № 1, 10, 12, 26, 28, 31, 33, 35.

Задание для самостоятельной работы:

Какие типовые модели взаимодействия могут возникать в условиях кризисной ситуации в политических кампаниях между работодателями, политическим менеджером/политическим консультантом, командой? Подготовьте ответ на этот вопрос в формате небольшого доклада.

Основная литература: № 3, 7, 8- 11.

Дополнительная литература: № 7, 10, 12, 18, 20, 21, 24, 30, 31, 35, 36.

Тема 11. Политическое консультирование

Контрольные вопросы:

1. Понятие «политическое консультирование».
2. Особенности политического консультирования в различных видах политических кампаний.
3. Функции и предъявляемые требования к политическим консультантам.
4. Типовые ошибки консультанта во взаимодействии с работодателем.
5. Этические проблемы политических технологий. Неформальный кодекс профессионального поведения политических консультантов.

Основная литература: № 1- 3, 5, 7, 9 - 11.

Дополнительная литература: № 7, 18, 20, 22, 30, 31, 35, 36, 38.

Задания для самостоятельной работы:

1. Если бы Вам предложили подобрать политического консультанта для аналитического сопровождения организации и проведения *конкретно вида политической кампании* (выбор кампании Вы определяете сами), какими бы принципами Вы руководствовались? Пропишите ответ на вопрос в логически выстроенной концепции в формате проблемного доклада.
2. Этические проблемы политических технологий. Сформулируйте основные принципы неформального кодекса профессионального поведения политических консультантов. Выявите основные трудности и проблемы его выполнения и раскройте причины этого феномена.

Основная литература: № 1- 3, 7- 11.

Дополнительная литература: № 2, 7, 11, 14, 18, 20, 22, 30, 31, 34, 36.

11. Формы оценочных средств для текущего контроля и промежуточной аттестации

11.1. Теоретические доклады

1. Понятие политического менеджмента в широком и узком смыслах (анализ основных подходов исследования политического менеджмента).
2. Причины возрастания роли политического менеджмента в современном обществе.
3. Виды политического менеджмента.
4. Политическая кампания как вид политико-управленческих отношений, специфическая управленческая организация и предмет политического менеджмента.
5. Манипуляции в политическом менеджменте: понятие, механизмы, виды манипуляционных технологий.
6. Факторы, влияющие на управление мотивацией политических действий.
7. Этические проблемы политического консультирования. Неформальный кодекс профессионального поведения политических консультантов.
8. Какие типичные модели взаимодействия могут возникать в условиях кризисной ситуации в политических кампаниях между работодателем, менеджером/политическим консультантом, командой?
9. Принципы формирования команды-субъекта управления политической кампанией.

11.2. Тематика дискуссий

Дискуссии в курсе «Политического менеджмента» могут организовываться в трех случаях. *Во-первых*, выступать завершением отдельных разделов учебного курса, *во-вторых*, являться следствием возникших на практических занятиях дискуссионных проблем, которые могут быть вынесены в качестве тем дискуссий для специального углубленного осмысления и анализа. И, *в-третьих*, если учебная группа обучающихся магистрантов составляет не менее 8-10 человек.

Целесообразными *темами дискуссий* могут быть:

1. О предмете политического менеджмента.
2. Развитие идей и практик политического менеджмента в контексте кризисных процессов в политической науке в начале XX века и последовавшей позднее поведенческой революции.
3. Этические проблемы политического консультирования.

11.3. Тематика эссе и аналитических записок

Тематика эссе и кратких аналитических записок относится к оперативным формам фонда оценочных средств и поэтому может быть объединена в одну группу.

1. Как Вы считаете, правомерна ли постановка вопроса о соотношении объектно-предметной области политической социологии и политического менеджмента?
2. Как Вы понимаете уникальность политической кампании как политического проекта?
3. Факторы, определяющие выбор видов мониторинга политических кампаний.
4. Как Вы считаете, при каких условиях могут быть эффективными морально-правовые меры противодействия применению манипуляционных технологий в управленческом процессе политическими кампаниями?
5. Опишите Ваше понимание конкурентной среды как одного из источников развития рисков и кризисной ситуации в политической кампании.
6. Как Вы считаете, всегда ли в политической кампании конкретного политика может быть только одна тема? При каких условиях в конкретных политических кампаниях могут быть и иные варианты?
7. Какие факторы, на Ваш взгляд, влияют на формирование содержания концепции информационного сопровождения политических кампаний?

11.4. Список вопросов для подготовки к экзаменам

1. Политика как объект управления и процесс принятия политических решений.
2. Структурно-функциональная модель политической системы и механизм ее функционирования.
3. Функции системы управления.
4. Основные подходы к исследованию и виды политического управления. Понятие политического менеджмента в широком и в узком смысле.
5. Особенности категориального аппарата дисциплины политический менеджмент.
6. Функции политического менеджмента.
7. Структура властных отношений.
8. Власть и влияние как специфический механизм социального общения и совокупность функций управления. Понятие легитимности и способы легитимации власти.
9. Понятие и субъекты политического рынка. Политический капитал и его виды.
10. Политический рынок и политический менеджмент. Ресурсы и способы обмена на политическом рынке.
11. Причины возрастания роли политического менеджмента в современном обществе.
12. Исторические, социально-экономические и цивилизационные предпосылки становления современных теорий политического управления.

13. Развитие идей и практик политического менеджмента в контексте кризисных процессов в политической науке в начале XX века и последовавшей позднее поведенческой революции.
14. Влияние основных школ менеджмента на процесс становления политического менеджмента как одного из видов управленческих отношений в политике.
15. Виды политического менеджмента.
16. Соотношение понятий политический менеджмент, политический маркетинг, PR.
17. Методы исследования политического менеджмента.
18. Понятие политической кампании как вида политико-управленческих отношений, специфической управленческой организации, предметной области политического менеджмента.
19. Субъекты и объекты политических кампаний. Специфика субъект-объектных управленческих отношений в политических кампаниях.
20. Принципы и технологии создания типовой эффективной команды (организации) управления политической кампанией.
21. Функции менеджера политической кампании. Типы взаимодействия менеджера политической кампании с ее инициаторами (работодателями).
22. Понятие, виды, принципы разработки и технологии подготовки политических кампаний.
23. Стартовая диагностика подготовки проекта политической кампании.
24. Требования, предъявляемые к проекту политической кампании и обоснованности его основных выводов и рекомендаций.
25. Содержание диагностики объекта политико-управленческих отношений как основной источник информации для разработки стратегии, тактики и технологий проведения политических кампаний.
26. Типовой пакет основных документов организации и проведения политической кампании.
27. Понятие и типология стратегий политических кампаний. Факторы, влияющие на выбор типа стратегии политической кампании.
28. Мониторинг политической кампании как структурный элемент организационно-управленческого процесса и механизм «обратной связи» в системе политико-управленческих отношений.
29. Понятие и основные теории мотивации политического действия.
30. Механизм и основные задачи управления мотивацией в политической кампании.
31. Факторы, влияющие на управление мотивацией политических действий.
32. Манипуляции в политическом менеджменте: понятие, механизмы, виды манипуляционных технологий.
33. Социально-психологические факторы и условия, способствующие манипулированию сознанием индивидов и социальных групп.
34. Морально-правовые меры противодействия применению манипуляционных технологий в политико-управленческом процессе политическими кампаниями.
35. Понятие политической коммуникации. Коммуникация как структурный элемент (подсистема) и функция политической системы.
36. Понятие убеждающей коммуникации. Виды и модель убеждающей коммуникации.
37. Технологии выбора центральных тем (темы) убеждающей коммуникации в политических кампаниях.
38. Политический слоган как интегратор концепции, стратегии, центральной темы (тем) и целей политической кампании.
39. Принципы отбора каналов продвижения информации и формирование концепции информационного сопровождения политических кампаний.
40. СМИ как важнейший канал политической коммуникации и «фабрика» формирования общественного мнения.

41. Межличностное общение как канал продвижения информации в политических кампаниях.
42. Политическая реклама как канал продвижения информации в политических кампаниях.
43. Массовые мероприятия в политических кампаниях: их назначение, принципы организации, виды, место и роль в убеждающей коммуникации.
44. Роль интернет-технологий в современных политических кампаниях.
45. Понятие и виды рисков в политических кампаниях. Внутренние и внешние риски.
46. Понятие кризисной ситуации в политических кампаниях. Информационная защита политических кампаний как способ ограничения возможности проявления в них кризисных ситуаций.
47. Типовые модели взаимодействия в условиях кризисной ситуации в политических кампаниях работодателя, политического менеджера/политического консультанта, команды.
48. Понятие политического консультирования. Особенности политического консультирования в различных видах политических кампаний.
49. Функции и предъявляемые требования к политическим консультантам. Типичные ошибки консультанта во взаимодействии с работодателем.
50. Этические проблемы политического консультирования. Неформальный кодекс профессионального поведения политических консультантов.

12. Ресурсное обеспечение

12.1. Основная литература

1. *Гончаров В.Э.* Современное политическое консультирование. СПб.: ИВЭСЭП, 2007.
2. Государственная политика и управление: Учебник: В 2 ч. Ч.1 / Концепции и проблемы Государственной политики и управления / под ред. Л.В. Сморгунова. М.: РОССПЭН, 2005.
3. Государственная политика: Учебное пособие / под ред. проф. А.И. Соловьева. М.: Изд-во МГУ, 2012.
4. *Мангейм Дж. Б., Рич Р.К.* Политология. Методы исследования. М.: Весь мир, 1997.
5. *Матвейчев О.* Уши машут ослом. Сумма политтехнологий. М.: АЛГОРИТМ, 2008.
6. *Миронюк М.Г.* Мир политической науки: Учебник в двух книгах. Книга II. Персоналии/ под общ. ред. д.ф.н., проф. А.Ю. Мельвиля. М.: Просвещение, 2005.
7. *Ольшанский Д.В.* Политический PR. СПб.: Питер, 2003.
8. Политическая психология: Хрестоматия / сост. д.ф.н., проф. Шестопап Е.Б. М.: Аспект - Пресс, 2007.
9. Политическое консультирование / отв. ред. Е. Егорова-Гантман, И.М. Минтусов М.: Центр политического консультирования «Никколо М», 1999.
10. *Пушкарёва Г.В.* Политический менеджмент: Учебное пособие. М.: ДЕЛО. 2002.
11. *Пушкарёва Г.В.* Политический менеджмент. Учебник и практикум. М.: Юрайт, 2015.
12. *Шабров О.* Политическое управление: проблема стабильности и развития. М.: ИНТЕЛЛЕКТ, 1997.

12.2. Дополнительная литература

1. *Ахременко А.С.* Политический анализ и прогнозирование: Учебное пособие. М.: ГАРДАРИКИ, 2006.
2. *Блэк С.* Введение в паблик рилейшенз. М.: Ростов-на-Дону, Феникс, 1998.
3. *Бурдые П.* О символической власти // Социология социального пространства. М.: СПб.: 2007.
4. *Бурдые П.* Социология политики. М.: SOCIO-LOCOS, 1993.
5. *Вебер М.* Избранные сочинения. М.: Прогресс, 1990.

6. *Вильсон В.* Наука государственного управления // Классики теории государственного управления. Американская школа / под ред. Дж. Шафритца, А.Хайда. М.: Изд-во МГУ, 2003.
7. *Гринберг Т.Э.* Политические технологии: PR и реклама. М.: Аспект-Пресс, 2005.
8. *Грэхем Т. Эллисон.* Государственный и частный менеджмент: являются ли они похожими по существу во всех второстепенных моментах? // Классики теории государственного управления. Американская школа / под ред. Дж. Шафритца, А.Хайда. М.: Изд-во МГУ, 2003.
9. *Дегтярев А.А.* Основы политической теории: Учебное пособие. М.: Высшая школа, 1998.
10. *Доценко Е. Л.* Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. М.: Че-Ро, Изд-во МГУ, 1997.
11. *Жуков Ю. М.* Технологии командообразования. Учебное пособие для ВУЗов / Ю.М. Жуков, А.В.Журавлев, Е.Н.Павлова. М.: Аспект-Пресс, 2008.
12. *Забурдаева Е.В.* Политическая кампания. Стратегии, технологии. М.: Аспект-Пресс, 2012.
13. *Зимбардо Ф., Ляйпне М.* Социальное влияние. СПб.: Питер, 2000.
14. *Кара-Мурза С.Г.* Власть манипуляции. М.: Академический Проект, 2009.
15. *Киселев К.В.* Политический слоган: проблемы семантической политики и коммуникативная техника. Екатеринбург: Институт философии и права УрО РАН, 2002.
16. *Маджоне Дж.* Социальная политика и управление: идеи, интересы и институты// Политическая наука: новые направления / под ред. Р.Гудина и Х.-Д. Клингеманна. Научный редактор русского издания проф. Шестопал Е.Б. М.: ВЕЧЕ, 1999.
17. *Макиавелли Н.* Избранные сочинения. М.: Художественная литература, 1982.
18. *Малкин Е., Сучков Е.* Политические технологии. М.: Русская панорама, 2008.
19. *Маслоу А.* Теория мотивации человека // Классики теории государственного управления. Американская школа / под ред. Дж. Шафритца, А.Хайда. М.: Изд-во МГУ, 2003.
20. *Морозова Е.Г.* Политический рынок и политический маркетинг: концепции, модели, технологии. М.: РОСПЭН, 1999.
21. *Науменко Т.В.* Социология массовой коммуникации: Учебное пособие. СПб.: Типография Правды 1906, 2005.
22. *Недяк И.Л.* Политический маркетинг. Основы теории. М.: Весь мир, 2008.
23. *Нельсон Б. Дж.* Социальная политика и управление: общие проблемы // Политическая наука: новые направления / под ред. Р.Гудина и Х.-Д. Клингеманна / научн. ред. русского издания проф. Е.Б. Шестопал М.: ВЕЧЕ, 1999.
24. *Ортега-и-Гассет.* Восстание масс. М.: АСТ, 2003.
25. *Панасюк А.Ю.* Психология риторики: теория и практика убеждающего воздействия. Ростов-на-Дону, ФЕНИКС, 2007.
26. *Панасюк А.Ю.* Формирование имиджа. Стратегия, Психотехники, Психотехнологии. М.: ОМЕГА, 2006.
27. *Перельгина Е.Б.* Психология имиджа: Учебное пособие. СПб.: Аспект - Пресс, 2002.
28. *Плассер Ф., Плассер Г.* Мировая практика проведения политических кампаний: анализ деятельности профессионалов и их опыта. М.: Издатель ООО «Вэйл» при содействии ООО «Редакция «ВИДЕО-АСС», 2005.
29. Политические коммуникации / под ред. А.И. Соловьева. М.: Аспект-Пресс, 2004.
30. Политическое консультирование / отв. ред. Е. Егорова-Гантман, И. Минтусов М.: Центр политического консультирования «Никколо М», 1999.
31. *Полковников А.В., Дубовик М.Ф.* Управление проектами. М.: Эксмо, 2011.

32. *Пишизова С.Н.* Становление политических рынков как теоретическая проблема // Политическая теория: язык и идеология / отв. ред. Н.А. Романович. М.: РАПН, 2008.
33. Связи с общественностью в политике и в государственном управлении / под общ. ред. В.С. Комаровского. М.: РАГС, 2001.
34. *Соловьев А.И.* Политология: Политическая теория, политические технологии. М.: Аспект-Пресс, 2000.
35. Справочник по политическому консультированию / под ред. Д.Д. Перлматтера. М.: Консалтинговая группа «ИМИДЖ-КОНТАКТ»; «ИНФРА-М», 2002.
36. *Танаев В., Карнаух И.* Практическая психология управления. М.: АСТ-ПРЕСС-КНИГА, 2003.
37. *Тейлор Ф.У.* Научный менеджмент // Классики теории государственного управления. Американская школа / под ред. Дж. Шафритца, А.Хайда. М.: Изд-во МГУ, 2003.
38. *Турунок С.Г.* Политический анализ. Курс лекций. М.: Изд-во ДЕЛО, 2005.
39. *Федоркин Н.С.* Методологический потенциал сравнительных исследований политических систем // Пространство и Время. М.: 2013, №3 (13).
40. *Чалдини Р.* Психология влияния. СПб.: Питер, 1999.
41. *Шестопал Е.Б.* Образы власти в постсоветской России. Политико-психологический анализ / под ред. Е.Б. Шестопал. М.: АЛЕТЕЙА, 2004.

1.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

<http://www.nir.ru/socio/skipubl/socis.htm> - Социологические исследования (Социс).

<http://www.politstudies.ru/index.htm> - Политические исследования (ПОЛИС).

www.politex.infa - (Сетевой журнал «ПОЛИТЭКС» (Политическая экспертиза)).

www.polisportal.ru - (Сетевой портал журнала «ПОЛИС»).

<http://www.isras.ru/> - Институт социологии РАН.

<http://www.mevriz.ru/> - Журнал «Менеджмент в России и за рубежом».

<http://www.smolsoc.ru/> - Социология: методическая помощь студентам и аспирантам

12.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса

Освоение дисциплины «Политический менеджмент» предполагает использование в процессе обучения следующих интерактивных обучающих технологий:

- проведение групповых дискуссий в рамках практических занятий по актуальным теоретическим, методологическим и прикладным проблемам политического менеджмента;
- анализ интернет-сайтов, порталов, информационных баз в разрезе исследования конкретных проблем политического менеджмента;
- моделирование и анализ конкретных политико-управленческих ситуаций в политических кампаниях с использованием ситуационного и сравнительного методов, организации и проведения деловых игр.

12.5. Описание материально-технической базы:

Для обеспечения образовательного процесса социологический факультет располагает:

- Учебно-вспомогательными аудиториями;
- Учебными аудиториями;
- Специализированным кабинетом, оборудованным мультимедийными средствами;
- Компьютерным классом.

13. Язык преподавания – русский.

14. Программу подготовил: зав. кафедрой политологии и социологии политических процессов социологического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова, доктор философских наук, профессор **Федоркин Н. С.**

Фонды оценочных средств

Критерии и процедуры оценивания результатов обучения магистрантов по дисциплине «Политический менеджмент», характеризующих этапы формирования компетенций

Оценка знаний магистранта определяется уровнем усвоения им теоретических и методологических проблем политического менеджмента, способностью самостоятельно применять приобретенные знания, умения и навыки в решении широкого круга теоретических и практических проблем в предметном поле политического менеджмента.

Формируемые компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине Политический менеджмент	Процедуры оценивания
Способность на основе социологической теории анализировать и интерпретировать социальную, демографическую, политическую, экономическую, культурную и естественнонаучную информацию для решения профессиональных задач (ПК-8)	<p>ЗНАТЬ: навыками анализа теоретических и методологических проблем, возникающих при решении исследовательских и практических задач в процессе освоения социальных механизмов власти и влияния в обществе на разных этапах его развития и в разных фазах его функционирования.</p> <p>УМЕТЬ: применять существующие методы и процедуры при разработке и проведении исследований в предметном поле политического менеджмента.</p>	<p>Устный опрос (темы 5, 6, 7, 8), групповые дискуссии (темы 1, 2, 3), теоретические доклады (темы 1, 3), экзамен.</p> <p>Устный опрос (темы 5, 6, 7, 8, 9), практические занятия (тема 6), аналитические записки (тема 9).</p>
Способность использовать знание теорий и методов социальных и гуманитарных наук в работе с методическим инструментарием, информационными материалами для осуществления исследовательской, аналитической и консалтинговой деятельности (ПК-11).	<p>ЗНАТЬ: теории и методы социальных и гуманитарных наук для работы с методическим инструментарием, информационными материалами при осуществлении исследовательской, аналитической и консалтинговой деятельности в области политического менеджмента.</p> <p>УМЕТЬ: применять теории и методы социальных и гуманитарных наук при осуществлении</p>	<p>Устный опрос (темы 1, 2, 3, 4), теоретические доклады (темы 6, 7, 9), практические задания (6).</p> <p>Устный опрос (темы 6, 7, 8, 9), теоретические доклады (темы 7, 8, 9, 10),</p>

	исследовательской, аналитической и консалтинговой деятельности в предметном поле политического менеджмента.	практические задания (тема 6).
Способность применять теоретико-методологические социологические подходы для самостоятельной разработки методического инструментария планирования, организации, проведения и мониторинга исследовательских, аналитических и консалтинговых проектов при социологическом сопровождении управления человеческими ресурсами в политических кампаниях (СПК-1)	<p>ЗНАТЬ: теоретико-методологические подходы разработки методического инструментария планирования, организации, проведения и мониторинга исследовательских, аналитических и консалтинговых проектов при социологическом сопровождении управления человеческими ресурсами в политических кампаниях.</p> <p>УМЕТЬ: применять теоретико-методологические социологические подходы для самостоятельной разработки инструментария планирования, организации, проведения и мониторинга исследовательских, аналитических и консалтинговых проектов при социологическом сопровождении управления человеческими ресурсами в политических кампаниях.</p>	<p>Устный опрос (темы 5, 6, 7, 8), теоретические доклады (темы 4, 7, 8, 10), эссе (темы 4, 6, 7), аналитические записки (тема 9).</p> <p>Устный опрос (темы 5, 6, 7), теоретические доклады (темы 7, 8, 9, 10), эссе (темы 5, 7), практические задания (тема 6).</p>
Способность осуществлять и представлять проектные работы в области изучения механизмов власти и влияния, процесса принятия политических решений, мотивации политического поведения, политического лидерства, лоббизма, политического урегулирования конфликтов, политической рекламы, имиджмейкинга, масс-	<p>ЗНАТЬ: технологии подготовки и представления проектных работ предметного поля политического менеджмента в соответствии с нормативными документами</p> <p>УМЕТЬ: Самостоятельно разрабатывать, осуществлять и представлять проектные работы предметного поля политического менеджмента в соответствии с нормативными документами.</p>	<p>Устный опрос (темы 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11), теоретические доклады (темы 4, 7, 8, 10, 11), эссе (темы 5, 7).</p> <p>Устный опрос (по всем темам курса, особенно по темам 5, 6, 7, 8, 9, 10), практические контактные занятия по всем темам, теоретические доклады (темы 6, 7, 8, 10, 11).</p>

медиа в соответствии с нормативными документами (СПК-2).		
--	--	--

1. Контрольные вопросы практических занятий

формируются на основе планов к темам практических занятий и тематики заданий самостоятельной работы (См.: п. 10.1. Вопросы планов практических занятий и заданий для самостоятельной работы).

Критерии оценки работы магистрантов на практических занятиях

Вид работы	Оценка	Описание критериев оценки
Работа на практических занятиях	Отлично	Магистрант демонстрирует знание рекомендованной основной и дополнительной литературы по темам курса, активно участвует в обсуждении вопросов, способен концептуально осмысливать проблемные темы курса и находить аргументированные варианты обоснования своей точки зрения. Принимает участие в подготовке заданий для самостоятельной работы, проявляет заинтересованность в изучении дисциплины.
	Хорошо	Магистрант в целом демонстрирует хорошее знание первоисточников по темам исследования, активно участвует в обсуждении рассматриваемых проблем, однако ему не всегда удается быть убедительным в своих аргументациях, поскольку в его ответах проявляется фрагментарность знаний по отдельным темам и смежным с курсом учебными дисциплинами. Эта особенность Уровня знаний магистранта проявляется и в подготовке заданий для самостоятельной работы.
	Удовлетворительно	Магистрант демонстрирует слабые знания учебного курса, первоисточников по темам дисциплины, проявляет недостаточную активность в учебном процессе. Эти качества заметно усиливаются в

		самостоятельной работе магистранта при подготовке домашних заданий.
	Неудовлетворительно	Магистрант не демонстрирует знаний учебного курса, основной и дополнительной литературы по темам дисциплины, не принимает самостоятельного участия в обсуждении вопросов на занятиях, проявляет небрежность в работе по подготовке домашних заданий.

2. Теоретические доклады

1. Понятие политического менеджмента в широком и в узком смыслах (анализ основных подходов исследования политического менеджмента).
2. Причины возрастания роли политического менеджмента в современном обществе.
3. Виды политического менеджмента.
4. Политическая кампания как вид политико-управленческих отношений, специфическая управленческая организация и предмет политического менеджмента.
5. Манипуляции в политическом менеджменте: понятие, механизмы, виды манипуляционных технологий.
6. Факторы, влияющие на управление мотивацией политических действий.
7. Этические проблемы политического консультирования. Неформальный кодекс профессионального поведения политических консультантов.
8. Какие типичные модели взаимодействия смогут возникать в условиях кризисной ситуации в политических кампаниях между работодателем, менеджером / политическим консультантом, командой?
9. Принципы формирования команды-субъекта управления политической кампанией.

Критерии оценки теоретических докладов

Виды работ	Оценка	Описание критериев оценки
Теоретические доклады	Отлично	Доклад подготовлен на основе глубокого усвоения знаний по теме. магистрант отлично владеет эмпирической составляющей доклада. Тест доклада логически выстроен, его положения и выводы обоснованы и содержат конкретные взвешенные рекомендации. В приложении к докладу представлена соответствующая литература и иные источники.
	Хорошо	Магистрант демонстрирует хорошие знания по

		проблеме, в меньшей степени владеет эмпирической составляющей доклада, в тексте не везде выдерживается логика, не все выводы достаточно аргументированы. Есть погрешности в оформлении доклада.
	Удовлетворительно	Магистрант выстраивает текст доклада в основном на компиляциях, не владеет эмпирической составляющей, в тексте нарушается логика изложения концепции, правила пользования научным аппаратом.
	Неудовлетворительно	Магистрант не владеет теоретическими знаниями по теме, доклад плохо структурирован, в аргументации отсутствует конкретика, выводы неубедительны и носят абстрактный характер. Магистрант не владеет умением пользоваться научным аппаратом.

3. Дискуссии

Дискуссии в курсе «Политического менеджмента» могут организовываться в трех случаях. *Во-первых*, выступать завершением отдельных разделов учебного курса, *во-вторых*, являться следствием возникших на практических занятиях дискуссионных проблем, которые могут быть вынесены в качестве тем дискуссий для специального углубленного осмысления и анализа. И, *в-третьих*, если учебная группа обучающихся магистрантов составляет не менее 8-10 человек.

Целесообразными темами дискуссий могут быть:

1. О предмете политического менеджмента.
2. Развитие идей и практик политического менеджмента в контексте кризисных процессов в политической науке в начале XX века и последовавшей позднее поведенческой революции.
3. Этические проблемы политического консультирования.

Критерии оценки участия в дискуссиях

Виды работ	Оценка	Описание критериев оценки
Дискуссии	Отлично	Магистрант владеет глубокими знаниями темы дискуссии и смежных с ней проблем, активно участвует в обсуждении различных аспектов темы, аргументированно обосновывает свою точку зрения, логично выстраивает свои суждения, опираясь на теоретические, эмпирические и иные источники, прямо или косвенно касающиеся предмета обсуждения.
	Хорошо	Магистрант в целом хорошо владеет знаниями по теме дискуссии, принимает активное участие в обсуждении вопросов дискуссии, однако не всегда убедителен в обосновании своей точки зрения в силу фрагментарных знаний по отдельным проблемам темы.
	Удовлетворительно	Магистрант поверхностно владеет знаниями обсуждаемой темы. Не проявляет активности в обсуждаемых вопросах, не способен концептуально и убедительно обосновать собственную точку зрения.
	Неудовлетворительно	Магистрант не владеет необходимым объемом знаний для участия в дискуссии и способностью иметь собственную точку зрения по рассматриваемым проблемам.

4.Эссе и аналитические записки

Тематика эссе и кратких аналитических записок относится к оперативным формам фонда оценочных средств и поэтому может быть объединена в одну группу.

1. Как вы считаете, правомерна ли постановка вопроса о соотношении объектно-предметной области политической социологии и политического менеджмента?
2. Как Вы понимаете уникальность политической кампании как политического проекта?
3. Факторы, определяющие выбор видов мониторинга политических кампаний.
4. Как Вы считаете, при каких условиях могут быть эффективными морально-правовые меры противодействия применению манипуляционных технологий в управленческом процессе политическими кампаниями?
5. Опишите Ваше понимание конкурентной среды как одного из источников развития рисков и кризисных ситуаций в политической кампании.
6. Как Вы считаете, всегда ли в политической кампании конкретного политика может быть одна тема? При каких условиях в конкретных политических кампаниях могут быть и иные варианты?
7. Какие факторы, на Ваш взгляд, влияют на формирование содержания информационного сопровождения политических кампаний?

Критерии оценки эссе, реферата

Виды работы	Оценка/процент	Описание критериев оценки
Эссе, аналитические записки	Отлично	Эссе либо аналитические записки подготовлены в строгом соответствии с представленной структурой с использованием теоретических и прикладных источников. Автор демонстрирует глубокое знание проблемы, способен обосновать свой собственный взгляд (подход) в ее освещении, профессионально пользуется научным аппаратом, понимает значение и место рассматриваемой проблемы в рассматриваемой теме либо научном направлении. Материалы оформлены в соответствии с существующими стандартами подготовки.
	Хорошо	Магистрант демонстрирует хорошее знание проблемы, использует теоретические и прикладные источники, в целом логично выстраивает и обосновывает свой взгляд на предмет исследования. Однако в подготовке эссе либо аналитического материала автор проявляет элементы небрежности, нарушает стандарты подготовки научных текстов, не вполне владеет источниками и прикладными материалами.
	Удовлетворительно	Эссе или аналитическая записка представляют собой компиляции. Автор слабо знает источники и прикладные материалы по теме, в тексте нарушается логика. Работа выполнена небрежно с нарушениями существующих стандартов пользования научным аппаратом.
	Неудовлетворительно	Автор не владеет темой исследования. Не знаком с источниковедческой базой

		исследования. Работа подготовлена небрежно, тема не раскрыта, автор не знаком с правилами пользования научным аппаратом.
--	--	--

5. Список вопросов для подготовки к экзамену

1. Политика как объект управления и процесс принятия политических решений.
2. Структурно-функциональная модель политической системы и механизм ее функционирования.
3. Функции системы управления.
4. Основные подходы к исследованию и виды политического управления. Понятие политического менеджмента в широком и в узком смысле.
5. Особенности категориального аппарата дисциплины политический менеджмент.
6. Функции политического менеджмента.
7. Структура властных отношений.
8. Власть и влияние как специфический механизм социального общения и совокупность функций управления. Понятие легитимности и способы легитимации власти.
9. Понятие и субъекты политического рынка. Политический капитал и его виды.
10. Политический рынок и политический менеджмент. Ресурсы и способы обмена на политическом рынке.
11. Причины возрастания роли политического менеджмента в современном обществе.
12. Исторические, социально-экономические и цивилизационные предпосылки становления современных теорий политического управления.
13. Развитие идей и практик политического менеджмента в контексте кризисных процессов в политической науке в начале XX века и последовавшей позднее поведенческой революции.
14. Влияние основных школ менеджмента на процесс становления политического менеджмента как одного из видов управленческих отношений в политике.
15. Виды политического менеджмента.
16. Соотношение понятий политический менеджмент, политический маркетинг, PR.
17. Методы исследования политического менеджмента.
18. Понятие политической кампании как вида политико-управленческих отношений, специфической управленческой организации, предметной области политического менеджмента.
19. Субъекты и объекты политических кампаний. Специфика субъект-объектных управленческих отношений в политических кампаниях.
20. Принципы и технологии создания типовой эффективной команды (организации) управления политической кампанией.
21. Функции менеджера политической кампании. Типы взаимодействия менеджера политической кампании с ее инициаторами (работодателями).
22. Понятие, виды, принципы разработки и технологии подготовки политических кампаний.
23. Стартовая диагностика подготовки проекта политической кампании.
24. Требования, предъявляемые к проекту политической кампании и обоснованности его основных выводов и рекомендаций.
25. Содержание диагностики объекта политико-управленческих отношений как основной источник информации для разработки стратегии, тактики и технологий проведения политических кампаний.
26. Типовой пакет основных документов организации и проведения политической кампании.
27. Понятие и типология стратегий политических кампаний. Факторы, влияющие на выбор типа стратегии политической кампании.

28. Мониторинг политической кампании как структурный элемент организационно-управленческого процесса и механизм «обратной связи» в системе политико-управленческих отношений.
29. Понятие и основные теории мотивации политического действия.
30. Механизм и основные задачи управления мотивацией в политической кампании.
31. Факторы, влияющие на управление мотивацией политических действий.
32. Манипуляции в политическом менеджменте: понятие, механизмы, виды манипуляционных технологий.
33. Социально-психологические факторы и условия, способствующие манипулированию сознанием индивидов и социальных групп.
34. Морально-правовые меры противодействия применению манипуляционных технологий в политико-управленческом процессе политическими кампаниями.
35. Понятие политической коммуникации. Коммуникация как структурный элемент (подсистема) и функция политической системы.
36. Понятие убеждающей коммуникации. Виды и модель убеждающей коммуникации.
37. Технологии выбора центральных тем (темы) убеждающей коммуникации в политических кампаниях.
38. Политический слоган как интегратор концепции, стратегии, центральной темы (тем) и целей политической кампании.
39. Принципы отбора каналов продвижения информации и формирование концепции информационного сопровождения политических кампаний.
40. СМИ как важнейший канал политической коммуникации и «фабрика» формирования общественного мнения.
41. Межличностное общение как канал продвижения информации в политических кампаниях.
42. Политическая реклама как канал продвижения информации в политических кампаниях.
43. Массовые мероприятия в политических кампаниях: их назначение, принципы организации, виды, место и роль в убеждающей коммуникации.
44. Роль интернет-технологий в современных политических кампаниях.
45. Понятие и виды рисков в политических кампаниях. Внутренние и внешние риски.
46. Понятие кризисной ситуации в политических кампаниях. Информационная защита политических кампаний как способ ограничения возможности проявления в них кризисных ситуаций.
47. Типовые модели взаимодействия в условиях кризисной ситуации в политических кампаниях работодателя, политического менеджера/политического консультанта, команды.
48. Понятие политического консультирования. Особенности политического консультирования в различных видах политических кампаний.
49. Функции и предъявляемые требования к политическим консультантам. Типичные ошибки консультанта во взаимодействии с работодателем.
50. Этические проблемы политического консультирования. Неформальный кодекс профессионального поведения политических консультантов.

Критерии оценки экзамена

Экзамен	Отлично	
		Магистрант демонстрирует глубокие знания источников, дискуссионных аспектов проблемы, концептуально и логично выстраивает ответ, выводы и положения ответа аргументированы, свободно отвечает на дополнительно поставленные вопросы.

	Хорошо	Магистрант демонстрирует в целом глубокие знания рассматриваемой проблемы, логично выстраивает ответ, выводы и положения ответа аргументированы. Однако в ответе на поставленные вопросы проявляются пробелы в знании отдельных источников, затруднения в ответах на дополнительные вопросы.
	Удовлетворительно	Магистрант выстраивает свой ответ в основном на компилятивных источниках. Ответ не отличается логичностью, убедительностью выводов и основных положений. Есть затруднения в ответах на дополнительные вопросы.
	Неудовлетворительно	Магистрант демонстрирует слабое знание материала, не знаком с первоисточниками, ответ не структурирован, выводы и положения декларативны, не аргументированы. Обучающийся не способен отвечать на дополнительные вопросы.