

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
профессионального образования
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова
Социологический факультет

УТВЕРЖДАЮ

(декан)

_____/Н.Г. Осипова/

« ____ » _____ 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Социология политических партий»

«Sociology of Political Parties»

Уровень высшего образования:

Магистратура

Направление подготовки (специальность):

39.04.01 СОЦИОЛОГИЯ

Направленность (профиль) ОПОП:

«Социология политического менеджмента»

Форма обучения: очная

Рабочая программа рассмотрена и одобрена

На заседании Ученого Совета факультета

(протокол №__ от _____ 2019 г.)

Москва 2019

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана в соответствии с самостоятельно установленным МГУ образовательным стандартом (ОС МГУ) для реализуемых основных профессиональных образовательных программ высшего образования по направлению подготовки / специальности 39.04.01 «Социология» (программы магистратуры) в редакции приказа МГУ от _____ 2016 года

Год (годы) приема на обучение: 2015, 2016, 2017, 2018.

- 1. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО:** Дисциплина «Социология политических партий» относится к блоку дисциплин по выбору вариативной части магистерской программы «Социология политического менеджмента» и изучается студентами на 2-м курсе магистратуры в 3-м семестре.
- 2. Входные требования для освоения дисциплины:** в содержательном плане и в логической последовательности курс преподается после дисциплин вариативной части профессионального цикла ОПП «Политический менеджмент», «Социология электорального менеджмента», «Социология политического урегулирования конфликтов» и изучается наряду с группой дисциплин, относящихся к основным видам политического менеджмента - «Социология процесса принятия политических решений», «Социология политической культуры».
- 3. Результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с требуемыми компетенциями выпускников**

Компетенции выпускников (коды)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с компетенциями
Способность анализировать социально значимую информацию для проведения консалтинга и экспертизы социальных составляющих проектов и программ (ПК- 6.М)	<p>ЗНАТЬ: Код 31 (ПК-6.М) - методики и процедуры проведения социологической экспертизы, основные инструменты консалтинга политического менеджмента при управлении политическими кампаниями политических партий.</p> <p>УМЕТЬ: Код У1 (ПК-6.М) - уметь осуществлять социологическую экспертизу проектов, программ и документов для решения задач управления политическими кампаниями политических партий.</p> <p>Код У1 (ПК-6.М) - применять инструменты политического менеджмента для консультирования для конструктивного преобразования политических партий</p>
Способность использовать современные достижения в области социальных и гуманитарных наук при осуществлении аналитической, экспертной и консалтинговой деятельности (ПК- 8.М)	<p>ЗНАТЬ: Код 31 (ПК-8.М) - принципы структурирования и интеграции теоретических и эмпирических исследований, достижений в области социологии политических партий для осуществления аналитической, экспертной и консалтинговой деятельности в сфере политического менеджмента</p> <p>УМЕТЬ: Код У1 (ПК-8.М) - реализовывать аналитическую, экспертную и консалтинговую деятельность в рамках политического менеджмента с опорой на современные научные</p>

	достижения в области социологии политических партий
Способность применять теоретико-методологические социологические методического инструментария подходы для самостоятельной разработки планирования, организации, проведения и мониторинга исследовательских, аналитических и консалтинговых проектов при социологическом сопровождении управления человеческими ресурсами в политических кампаниях (СПК-1)	<p>ЗНАТЬ: Код 31 (СПК-1) - теоретико-методологические подходы в области социологии политических партий для самостоятельной 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: Код У1 (СПК-1) применять теоретико-методологические подходы в области социологии политических партий для самостоятельной разработки инструментария планирования, организации, проведения и мониторинга исследовательских, аналитических и консалтинговых проектов при социологическом сопровождении управления человеческими ресурсами в политических кампаниях</p>

4. Формат обучения: очная.

5. Объем дисциплины (модуля) составляет 2 з.е., в том числе 28 академических часа, отведенных на контактную работу обучающихся с преподавателем, 44 академических часа на самостоятельную работу обучающихся.

6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий:

Наименование и краткое содержание разделов и дисциплины (модуля), Форма промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)	Всего (часы)	В том числе	
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем) Виды контактной работы, часы	Самостоятельная работа обучающегося, часы

		Занятия лекцион ного типа*	Занятия семинар ского типа*	Всего	
Тема 1. Политические партии как объект исследования политической социологии и политического менеджмента		2	2	4	5
Тема 2. Политическая партия как организация. Структура политических партий		2	2	4	8
Тема 3. Типология и современные тенденции в развитии политических партий		2	2	4	5
Тема 4. Управление политическими партиями		2	-	2	5
Тема 5. Политическая кампания как вид управленческих отношений в партии		1	1	2	4
Тема 6. Управление процессами коммуникации в политических кампаниях политических партий		2	2	4	5
Тема 7. Формирование политической идентичности в управлении политической партией		2	2	4	5
Тема 8. Управление политической партией в условиях политической конкурентной среды		2	2	4	7
Тема 9. Политическое консультирование в политической партии					
Итого	72		28		44

Содержание учебной дисциплины «Социология политических партий»

Тема 1. Политическая партия как объект исследования политической социологии и политического менеджмента

Партия как субъект политического процесса. Понятие и основные признаки политической партии. Основные этапы в становлении политических партий. Концепции развития политических партий М. Вебера, Дж. Брайса, М.Я. Острогорского, М. Дюверже. Политическая партия как социально-политический институт. Цели и функции политических партий в различных фазах функционирования политической системы и обществе.

Междисциплинарный характер исследования политических партий. Особенности социологического подхода в исследовании политических партий и механизмов их управления. Политическая партия как субъект и объект управленческого взаимодействия в системе политического менеджмента. Объектно-предметная область социологии политических партий. Основные понятия и категории дисциплины. Структура и логика курса.

Современные методики социологического анализа политических партий и их деятельности. Теоретические методы исследования политических партий: исторический, институциональный, сравнительный, структурно-функциональный и др. Эмпирические методы исследования политических партий: анкетный опрос, фокус-группы, контент-анализ, экспертные оценки и др. Политическое моделирование и прогнозирование в изучении политических партий. Методики социологического сопровождения деятельности политических партий в решении политико-управленческих задач.

Тема 2. Политическая партия как организация. Структура политической партии

Партия как тип политической организации. Организационная структура политических партий и общественных движений: основные отличия. Формальная и неформальная структура политической партии. Структурные уровни современной партийной организации. Концентрическая модель причастности партии в концепции М. Дюверже. Типы членства в партии. Количественный и качественный состав партийных рядов. Аппарат политической партии: структура и функции. Центральные и региональные отделения политической партии. Фракционность политических партий, ее причины и типы. Идеологические платформы и клиентелы как структурные элементы в партийной организации.

Лидеры, руководящие органы политической партии и партийные массы. Процессы олигархизации и бюрократизации в партийной структуре. М.Я. Острогорский о возникновении неформального ядра и особенностях внутривнутрипартийной демократии. «Железный закон олигархических тенденций» Р. Михельса. Причины и последствия бюрократизации в управлении партиями в концепции М. Вебера. Проблемы внутривнутрипартийной демократии. Стили руководства в политических партиях. Особенности применения политического менеджмента в политико-управленческом процессе в политических партиях и общественных движениях.

Организационная структура современных типов партий. Структура политических партий в концепции «расширенных партийных сетей». Интернет-партии как новый тип партийной структурной организации. Методики социологического анализа, показатели и эмпирические индикаторы современных организационных структур политической партии.

Тема 3. Типология и современные тенденции в развитии политических партий

Проблема типологизации и классификации политических партий в политической науке и политической социологии. Основные критерии типологизации и классификации современных политических партий: по отношению к власти, месту в социально-политической

системе, типу членства, характеру внутренней структуры, направленности политической борьбы, позиции в политическом спектре, по идеологическим и социально-классовым основаниям, типу лидерства и др. Массовые, кадровые и централизованные партии в типологии М. Дюверже. Партии «индивидуального представительства» и «социальной интеграции» в теории С. Ньюмана. Функциональный подход к классификации политических партий (С. Коэн): партии авангардного типа, партии для избирательных кампаний, парламентские партии, партии-клубы и «карманные партии». Тенденции в развитии типов современных партий. Понятие, содержание и причины появления партии “catch-all” (О. Кирхаймер). Картельные партии (Р. Кац, П. Мэир).

Изменение традиционных представлений о политических партиях и их функциях в информационном обществе конца XX-начале XXI века. Политические партии и новые общественные движения: экологические, феминистские, движения меньшинств и др. Интернет-партия как новый тип политической партии и субъект политического менеджмента. Политические партии в контексте проблем интеграции государств и тенденций политического регионализма. Процессы европейской интеграции и новые механизмы политического представительства. «Транснациональные» общеевропейские партии в Европарламенте.

Социологические методики классификации и типологизации политических партии. Индикаторы сравнительного анализа политических партий.

Тема 4. Управление политическими партиями

Управление политическими партиями как проблема менеджмента организаций и как направление политического менеджмента. Теоретико-методологические основы и подходы в исследовании управления политическими партиями. Специфика социологического подхода в изучении управления политическими партиями. Субъекты, основные цели и задачи управления политическими партиями. Политическое управление и политический менеджмент в политических партиях: соотношение понятий и политической практики. Основные виды политического менеджмента в политико-управленческом процессе политических партий: политический имиджмейкинг, электоральное управление, политический брендинг, урегулирование политических конфликтов, лоббистская деятельность, политический PR. Партийное строительство как проект.

Структура и механизм управления политическими партиями. Партийный аппарат управления как система. Профессиональные виды управленческой деятельности в политической партии. Функциональные структуры управления политическими партиями: стратегический комитет, кадровый комитет, финансовый комитет, оперативный комитет. Информационная структура аппарата партийного управления. Факторы управления политическими партиями: структура и численность партии, топологические особенности, формы организации партийного управления (линейная, функциональная, линейно-функциональная), характер деятельности политической партии, ресурсные возможности партии, правовые основы партийной деятельности и др. Критерии оценки эффективности управления политической партии.

Тема 5. Политическая кампания как вид управленческих отношений в партии

Понятие, уровни и цели политической кампании партии. Субъекты управления в политических кампаниях партии. Избирательная кампания как вид политической кампании партии и ее специфика. «Команда» как субъект управления политической избирательной кампанией партии и принципы ее функционального структурирования. Основные направления деятельности в управлении политической кампанией партии. Управленческие задачи и алгоритм разработки стратегии политической кампании партии. Правовое регулирование политических кампаний партий. Ресурсное обеспечение политических кампаний партии и проблема фандрайзинга.

Понятие и сегментация объекта управления в политической кампании партии. Методики определения социальной базы политической партии. Анализ мотивации и моделирование электорального поведения различных социальных групп. Внешняя среда политической кампании: политические, политико-культурные, социально-экономические, региональные факторы. Политические технологии в политических кампаниях партии и их эффективность. Цели и задачи социологического сопровождения в управлении политической кампанией партии.

Особенности управления политическими кампаниями партий в современной России и новые тенденции.

Тема 6. Управление процессами коммуникации в политических кампаниях политических партий

Место информационно-коммуникативных процессов в управлении политическими кампаниями партии. Уровни, основные каналы, функции и задачи политической коммуникации в политических кампаниях партий. Эффективность убеждающей коммуникации как процесса направленного информационного воздействия субъекта политического управления партией. Понятие информационной кампании партии и принципы разработки её центральной темы. Сюжетная линия в управлении коммуникационными процессами. Понятие и виды информационных продуктов как воплощение главной темы кампании партии.

Политические PR технологии в кампаниях партии. Цели, задачи политической рекламистики. Концепция политической рекламы партии как фактор эффективности политической кампании. Структура, формы, типология и основные стратегии политической рекламы партии. Политический брэндинг партии как продукт социальных и политических коммуникаций, технологии формирования. Роль имиджа лидера партии в политической рекламе партии. Особенности политической рекламы партии в СМИ. Медиапланирование как вид управленческой деятельности в политической кампании партии. Условия и факторы доступа партии к СМИ. Виды политической рекламы в Интернете.

Мониторинг эффективности управления информационно-коммуникативными процессами. Социологические методики исследования коммуникационных процессов в управлении политической кампанией партии.

Тема 7. Формирование политической идентичности в управлении политическими партиями

Понятие и структура политической идентичности и ее место в процессе управления политическими партиями. Теоретические подходы к исследованию политической идентичности. Политическая идентичность как «продукт» политического сознания и фактор его формирования. Партийная идентичность как вид политической идентичности. Политическая идентификация как механизм мобилизации сторонников партии и мотивации электорального поведения. Виды политической идентичности: групповая, референтная, персонифицированная. Цели, задачи и механизмы формирования политической идентичности в управлении политической партией. Название партии и ее символы как фактор идентификации. Вовлечение граждан во взаимодействие с политической партией как механизм формирования партийной идентичности. Приемы вовлечения во взаимодействие в политических кампаниях партии: технологии «нога в дверях», агитация «от двери к двери», организация общественных приемных и др. Роль массовых мероприятий в формировании партийной идентичности.

Особенности формирования политической идентичности граждан в условиях переходных обществ. Региональные, этнические и религиозные факторы политической идентификации. Влияние политической культуры и политической идеологии на формирование политических идентичностей. Политическая идентичность в условиях глобализации. Значение лидера партии в формировании партийной идентичности. Методы социологического анализа политической идентичности в управлении политической партией.

Тема 8. Управление политической партией в условиях политической конкурентной среды

Понятие, содержание и причины политической конкуренции как системы политических взаимодействий между участниками политического процесса. Политическая конкурентная борьба и политический конфликт: соотношение понятий. Политическая партия как субъект политической конкуренции на политическом рынке. Конкурентный статус партии: содержание и критерии выделения. Понятие «политической конкурентной среды» и факторы её состояния. Информационно-аналитические технологии предварительного исследования политической конкурентной среды партии для выявления потенциальных возможностей и разработки стратегии политической кампании. Методы сбора и анализа информации о политических конкурентах партии и ее кандидатов, анализ политических кампаний соперников.

Политическая конкуренция как источник рисков в управлении партией. Проблемы и технологии снижения негативного воздействия конкурентной среды партии. Информационная безопасность как фактор минимизации рисков в управлении политической кампанией партии. Роль контрпропаганды в политической кампании партии. Компромат как способ влияния на конкурентную среду партии: цели его подготовки и условия использования в политической борьбе. Кризисные ситуации в политических кампаниях политических партий и технологии антикризисного управления. Характерные черты политического рынка и политической конкуренции в современной России.

Роль маркетинговых технологий в управлении политической партией в условиях политической конкуренции. Политический бенчмаркинг как технология исследования конкурентной среды политической партии. Основные критерии оценки эффективности маркетинговых технологий в управлении политическими кампаниями партий.

Тема 9. Политическое консультирование в политической партии

Понятие и основные подходы к содержанию политического консультирования как виду управленческой деятельности в политической партии. Формы политического консультирования в партии: внешний и внутренний консалтинг. Основные направления и классификация политического консультирования в управлении политической партией. Партийное строительство как направление в политическом консалтинге. Алгоритм решения задач в процессе политического консультирования в политической партии.

Этические требования к профессиональному политическому консультированию в политической партии и основные критерии профессионализма политических консультантов. Партийный лидер и политические консультанты: проблемы эффективного взаимодействия. Личностные качества партийного лидера и их роль в процессе эффективного политического консультирования. Концепция «современного партийного работника» как политического консультанта в новом партийном управлении.

Маркетинговый подход к политическому консультированию в управлении политической партией. Становление, состояние и проблемы политического консалтинга в управлении политическими партиями в современной России.

7. Фонд оценочных средств (ФОС) для оценивания результатов обучения по дисциплине

7.1. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения текущего контроля успеваемости

7.1.1. Контрольные вопросы для подготовки к семинарским занятиям и текущей аттестации

1. Понятие, научные трактовки и признаки политической партии.
2. Цели и функции политических партий в политической системе и обществе.
3. Основные этапы развития политических партий в концепциях М. Вебера, М.Я. Острогорского, М. Дюверже.
4. Особенности социологического подхода в исследовании политических партий.
5. Объект, предмет, система категорий социологии политических партий.
6. Социологический анализ политической партии как субъекта политического менеджмента.
7. Теоретические и прикладные методы социологического анализа политических партий и их деятельности.
8. Политическая партия как тип политической организации: основные признаки и характерные черты.
9. Формальная и неформальная структура политической партии. Концентрическая модель причастности партии в концепции М. Дюверже.
10. Аппарат политической партии: структура и функции.
11. Процессы олигархизации и бюрократизации в партийной структуре. Проблемы внутрипартийной демократии.
12. Интернет-партии как новый тип партийной структурной организации.
13. Основные критерии и подходы к типологизации и классификации современных политических партий.
14. Типология политических партий М. Дюверже. Основные признаки и организационные особенности массовой политической партии.
15. Основные тенденции в развитии типов современных политических партий.
16. Деятельность партий в Европарламенте и формы их интернационального сотрудничества.
17. Социологические методики классификации и типологизации политических партий.
18. Управление политическими партиями как проблема политической социологии и политического менеджмента. Основные направления в управлении политическими партиями.
19. Основные теоретико-методологические подходы к исследованию проблемы управления политическими партиями.
20. Политическое управление и политический менеджмент в политических партиях: соотношение понятий и политической практики.
21. Структура и механизм управления политическими партиями. Профессиональные виды управленческой деятельности в политической партии.
22. Факторы управления политическими партиями.
23. Основные критерии оценки эффективности управления политическими партиями.
24. Понятие, уровни, цели, виды и задачи политической кампании партии.
25. Управленческие задачи и алгоритм разработки стратегии политической кампании партии.
26. Понятие и сегментация объекта управления в политической кампании партии.
27. Основные факторы внешней среды и их значение в управлении политической кампанией партии.
28. Информационно-аналитическое сопровождение политической кампании партии.
29. Уровни, основные каналы, функции и задачи политической коммуникации в политических кампаниях партий.
30. Информационная кампания партии: понятие, содержание и принципы разработки ее центральной темы.

31. Политическая реклама и политический PR как направления информационной деятельности в управлении политической кампанией партии.
32. Интернет как канал распространения политической рекламы.
33. Контент анализ как инструмент исследования информационно-коммуникационных процессов политической партии.
34. Понятие, структура, виды и функции политической идентичности. Политическая и партийная идентичность: соотношение понятий.
35. Цели, задачи и механизмы формирования политической идентичности в управлении политической партией.
36. Условия и факторы формирования политической идентичности в контексте управления политической партией.
37. Роль лидера политической партии в формировании политической идентичности.
38. Социологические методики исследования идентификационных процессов в партийном управлении.
39. Политическая конкуренция как система политических взаимодействий между участниками политического процесса: понятие, содержание и причины.
40. Партия как субъект политической конкуренции. Конкурентный статус партии: содержание и критерии выделения.
41. Информационно-аналитические технологии исследования политической конкурентной среды партии.
42. Проблемы и технологии снижения негативного воздействия конкурентной среды партии. Антикризисное управление в политических кампаниях партии.
43. Маркетинговые технологии в управлении политической партией в условиях политической конкуренции.
44. Политическое консультирование как вид управленческой деятельности в политической партии.
45. Основные формы и направления политического консультирования в управлении политической партией.
46. Принципы построения алгоритма в процессе политического консультирования в политической партии.
47. Принципы профессионального политического консультирования в управлении политической партией.
48. Политический консалтинг в управлении политическими партиями в современной России: становление, состояние, основные проблемы.

7.1.2. Практические задания:

1. Составьте таблицу, отражающую основные виды политического менеджмента, их цели и задачи в политико-управленческом процессе политических партий.
2. Предложите план действий на случай возникновения кризисной ситуации в избирательной кампании политической партии (по вашему выбору). Результат представьте в форме доклада с использованием компьютерных технологий.
3. Перечислите, какие основные этические требования должны предъявляться к профессиональному политическому консультированию в политической партии и в чем заключаются основные критерии профессионализма политических консультантов. Обоснуйте свою позицию.
4. С позиций политического консультанта разработайте план мероприятий для создания и продвижения политической партии на российском политическом рынке (на примере конкретной политической ситуации). Представьте его в форме презентации.

5. Рассмотрите и проанализируйте организационную структуру и аппарат управления конкретной (русской или зарубежной) политической партии. Результаты представьте в виде сообщения с использованием компьютерных технологий.
6. Используя основные типологии политических партий, выделите и охарактеризуйте основные типы политических партий в современной России. Полученные результаты представьте в виде таблицы.
7. На конкретном примере (по собственному выбору из отечественной или зарубежной политической практики) проанализируйте политическую кампанию политической партии, определите управленческие задачи и алгоритм разработки стратегии. Свой ответ представьте в формате аналитической записки.
8. На примере конкретной политической кампании политической партии (избирательной, имиджевой и др.) разработайте собственный инструментальный и проведите контент-анализ коммуникационной деятельности партии в СМИ или сети Интернет. Результаты изложите в виде краткого аналитического отчета.
9. Обоснуйте, какие факторы являются определяющими в формировании политической идентичности в современном русском обществе? И как это влияет на формирование политической идентичности в управлении политической партией? Сформулируйте свой ответ, используя конкретные эмпирические данные.
10. Разработайте собственную систему критериев оценки конкурентного статуса политической партии. Результат представьте в форме сообщения.

7.1.3. Темы докладов

1. Политическая партия как социально-политический институт.
2. Интернет-партия как новый тип партийной структурной организации и объект политического менеджмента.
3. Название партии и ее символы как фактор партийной идентификации.
4. Политический брэндинг как вид политического управления партии.
5. Конкурентный статус партии: понятие, содержание и критерии выделения.
6. Основные формы и направления политического консультирования в управлении политической партией.

7.1.4. Темы эссе

1. «Как соотносятся предметные области социологии политических партий, политической социологии и политического менеджмента в исследовании политических партий: сравнительный анализ».
2. «Управление политическими партиями как проблема менеджмента организаций и как направление политического менеджмента: сравнительный аспект».
3. «Роль идеологии в развитии и управлении современными политическими партиями?». Аргументируйте своё мнение конкретными примерами и верифицированными данными.

7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения промежуточной аттестации.

Вопросы для подготовки к зачету

1. Политическая партия как субъект политического менеджмента. Понятие и признаки политической партии.
2. Объект, предмет, система категорий социологии политических партий.
3. Методы социологического анализа политических партий и их политико-управленческой деятельности.
4. Этапы развития политических партий в концепциях М. Вебера, М.Я. Острогорского, М. Дюверже.
5. Место и роль политических партий в системе отношений «гражданское общество-государство».
6. Основные конституирующие функции политической партии как социально-политического института.
7. Политическая партия как тип политической организации: основные признаки и характерные черты.
8. Формальная и неформальная структура политической партии. Концентрическая модель причастности партии в концепции М. Дюверже.
9. Аппарат политической партии: структура и функции.
10. Организационная структура политической партии как фактор ее управленческой деятельности.
11. Сетевая политическая партия как тип партийной организации и как субъект политического менеджмента.
12. Основания типологизации и классификации современных политических партий. Типология политических партий М. Дюверже. Основные признаки и организационные особенности массовой политической партии.
13. Основные изменения в политических партиях в условиях постиндустриального информационного общества.
14. Управление политическими организациями как вид политического менеджмента. Основные направления в управлении политическими партиями.
15. Структура и механизм управления политическими партиями. Профессиональные виды управленческой деятельности в политической партии.
16. Факторы управления и критерии оценки эффективности управления политическими партиями.
17. Прикладные методики в исследовании процессов управления политическими партиями.
18. Понятие, уровни, цели и задачи политической кампании партии.
19. «Команда» как субъект управления политической избирательной кампанией партии.
20. Понятие и сегментация объекта управления в избирательной кампании политической партии.
21. Информационно-аналитическое сопровождение в управлении политической кампанией партии.
22. Уровни, основные каналы, функции и задачи политической коммуникации в избирательных кампаниях политических партий.
23. Информационная кампания партии: понятие, содержание и принципы разработки ее центральной темы.
24. Политическая реклама и политический PR как направления информационной деятельности в управлении политической кампанией партии.
25. Понятие, структура и виды политической идентичности. Цели и задачи формирования политической идентичности в управлении политической партией.
26. Механизм формирования партийной идентичности и способы вовлечения граждан во взаимодействие с политической партией.
27. Роль лидера политической партии в формировании политической идентичности.

28. Социологические методики исследования идентификационных процессов в партийном управлении.
29. Политической конкуренция как система политических взаимодействий между участниками политического процесса: понятие, содержание и причины.
30. Партия как субъект политической конкуренции. Конкурентный статус партии: содержание и критерии выделения.
31. Информационно-аналитические технологии исследования политической конкурентной среды партии.
32. Проблемы и технологии снижения негативного воздействия конкурентной среды партии. Антикризисное управление в политических кампаниях партии.
33. Маркетинговые технологии в управлении политической партией в условиях политической конкуренции.
34. Политическое консультирование как вид управленческой деятельности в политической партии. Формы и направления политического консультирования.
35. Этические требования к профессиональному политическому консультированию. Основные критерии профессионализма политических консультантов

Шкала и критерии оценивания результатов обучения по дисциплине

ШКАЛА И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ результатов обучения (РО) по дисциплине (модулю)					
Оценка	2	3	4	5	Виды оценочных средств
Результаты обучения					
ЗНАТЬ: методики и процедуры проведения социологической экспертизы, основные инструменты консалтинга политического менеджмента при управлении политическими кампаниями политических партий. Код 31 (ПК-6.М)	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Устные опросы (по темам 4-9), практические задания (1, 2, 4), подготовка докладов
УМЕТЬ: осуществлять социологическую экспертизу проектов, программ и	Отсутствие умений	В целом успешное, но не систематическое	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы	Успешное и систематическое умение	Практические задания (7, 8); эссе (темы

документов для решения задач управления политическими кампаниями политических партий Код У1 (ПК-8.М)		умение	умение (допускает неточности непринципиального характера)		1,3); подготовка эссе.
УМЕТЬ: применять инструменты политического менеджмента для консультирования для конструктивного преобразования политических партий. Код У1 (ПК-8. М)	Отсутствие умений	В целом успешное, но не систематическое умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности непринципиального характера)	Успешное и систематическое умение	Практические задания (2, 4, 9, 10); эссе (темы 1,2)
ЗНАТЬ: принципы структурирования и интеграции теоретических и эмпирических исследований, достижений в области социологии политических партий для осуществления аналитической, экспертной и консалтинговой деятельности в сфере политического менеджмента. Код З1 (ПК-8. М)	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Устные опросы по всем темам курса, письменные опросы по контрольным вопросам, подготовка докладов
УМЕТЬ: реализовывать аналитическую, экспертную и консалтинговую деятельность в рамках политического менеджмента с опорой на современные научные достижения в области социологии политических партий. Код У1 (ПК-8. М)	Отсутствие умений	В целом успешное, но не систематическое умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности непринципиального характера)	Успешное и систематическое умение	Практические задания (темы 4-9); подготовка эссе
ЗНАТЬ:	Отсутствие знаний	Фрагментарные	Общие, но не	Сформированные	Устный опрос

<p>теоретико-методологические подходы в области социологии политических партий для самостоятельной разработки методического инструментария планирования, организации, проведения и мониторинга исследовательских, аналитических и консалтинговых проектов при социологическом сопровождении управления человеческими ресурсами в политических кампаниях. Код 31 (СПК-1) -</p>		<p>знания</p>	<p>структурированные знания</p>	<p>систематические знания</p>	<p>(по темам 1-9); эссе (темы 1-3); подготовка докладов (темы 4-6)</p>
<p>УМЕТЬ: Код У1 (СПК-1) применять теоретико-методологические подходы в области социологии политических партий для самостоятельной разработки инструментария планирования, организации, проведения и мониторинга исследовательских, аналитических и консалтинговых проектов при социологическом сопровождении управления человеческими ресурсами в политических кампаниях. Код У1 (СПК-1)</p>	<p>Отсутствие умений</p>	<p>В целом успешное, но не систематическое умение</p>	<p>В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности непринципиального характера)</p>	<p>Успешное и систематическое умение</p>	<p>Устный и письменный опросы по контрольным вопросам (по темам 4-9); практические задания (темы 5-9)</p>

8. Ресурсное обеспечение:

8.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1.1. основная литература:

1. Алмонд Г., Пауэлл Дж., Стром К., Далтон Р. Сравнительная политология сегодня: Мировой обзор. М.: Аспект Пресс, 2002. URL: <https://lib.sale/politologiya-sravnitel'naya/sravnitel'naya-politologiya-segodnya-mirovoy.html>
2. Дюверже М. Политические партии. М.: Академический проект; Королёв: Парадигма, 2005.
3. Исаев Б.А. Теория партий и партийных систем: Учебное пособие для студентов ВУЗов. М.: Аспект Пресс, 2008. -400 с. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=20243257>
4. Зотова З.М. Избирательная кампания политических партий в схемах. Вып.1. М.: РЦОИТ, 2007. URL: http://www.rcoit.ru/upload/iblock/72e/izbiratelnaya_kampaniya_politicheskikh_partiy_v_shemah.pdf
5. Козырев Г.И. Политическая социология: учеб. пособие. М.: ИД «ФОРУМ», 2013. URL: <http://znanium.com/catalog/product/398059>
6. Политология: Учебник / Мельвиль А.Ю. и др. М.: МГИМО, 2010. - 618 с.
7. Лемешова Т.В. Бренд политической партии как инструмент политического управления // Научные труды Республиканского института высшей школы. 2018. №17. С. 93-102. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=35588864>
8. Лаптуллин Г.Р. Новичков В.Н. Политическая организация: Учебное пособие. СПб.: Питер, 2016.
9. Недяк И.Л. Политический маркетинг. Основы теории. М.: Весь мир, 2008. URL: https://www.academia.edu/24182051/%D0%9D%D0%B5%D0%B4%D1%8F%D0%BA_%D0%98.%D0%9B._%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D0%B8%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3
10. Попова О. В. Особенности политической идентичности в России и странах Европы // Полис. 2009. № 1. С. 143-158. URL: <https://www.politstudies.ru/article/4090>
11. Пушкарева Г.В. Политический менеджмент: учебн. пособие для студентов упр. специальностей ВУЗов. М.: Дело, 2002.
12. Сморгунов Л.В. Сетевые политические партии // Политические исследования. 2014. № 4. С. 21- 37. URL: <https://www.politstudies.ru/article/4913>
13. Тоценко Ж.Т. Политическая социология. М.: Юрайт, 2012. (или любое другое издание).
14. Федеральный закон «О политических партиях». Новосибирск: Норматика, 2012. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_32459/
15. Федорченко С.Н. Двумикий Янус политического менеджмента // Научно-аналитический журнал Обозреватель- Observer. 2014. №4. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=21398278>
16. Штоль В.В., Федорченко С. Н. Технологии политического менеджмента в российском партостроительстве// Научно-аналитический журнал Обозреватель- Observer. 2013. №6. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=19033990>

8.1.2. дополнительная литература

1. Володенков С.В. Современная коммуникация как основа эффективной политической кампании // Вестник МГУ. Сер. 12. Политические

- науки. 2010. №1. URL: <http://polit.msu.ru/vestnik/>
2. Жуков Ю.М. Технологии командообразования. Учебное пособие для ВУЗов / Ю.М. Жуков, А.В. Журавлёв, Е.Н. Павлова. М.: Аспект Пресс, 2008. URL: <https://ru.b-ok.cc/book/2908158/a06763>
 3. Заславский С.Е., Зотова З.М. Правовые основы участия политических партий в выборах. М.: РЦОИТ, 2006. URL: <http://www.rcoit.ru/upload/iblock/6b6/42.pdf>
 4. Иванченко А.В., Любарев А.Е. Российские выборы от перестройки до суверенной демократии. М.: Аспект-Пресс, 2006. URL: <http://www.vibory.ru/Publikat/book-IL.pdf>
 5. Каширских О.Н. Политические партии Германии в контексте модернизации политической коммуникации // Полис. 2009. № 2. URL: <https://www.politstudies.ru/article/4111>
 6. Корнеев Л.Г. применение процессного подхода к управлению политической партией // 2013. №3. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=20927837>
 7. Кынев А.В., Любарев А.Е. Партии и выборы в современной России: Эволюция и деволуция. М: Фонд «Либеральная миссия»; Новое литературное обозрение, 2011.
 8. Коргунюк Ю.Г. Концепция размежеваний и факторный анализ // Полития. 2013. № 3. URL: [http://politeia.ru/files/articles/rus/Politeia_Korgunyuk-2013-3\(70\).pdf](http://politeia.ru/files/articles/rus/Politeia_Korgunyuk-2013-3(70).pdf)
 9. Морозова Е.Г. Электоральный менеджмент. Учебное пособие. М.: РЦОИТ, 2002. URL: <http://www.rcoit.ru/upload/iblock/040/07.pdf>
 10. Ольшанский Д.В. Пеньков В.Ф. Политический консалтинг: Учебн. пособие для студентов ВУЗов. СПб.: Питер, 2005. URL: http://www.al24.ru/pdf_kniga_12734.html
 11. Партийная реформа и контрреформа 2012-2014 годов: предпосылки, предварительные итоги, тенденции / под ред. Н.А. Борисова, Ю.Г. Коргунюка, А.Е. Любарева, Г.М. Михалевой. М.: Издательство «Товарищество научных изданий «КМК», 2015. URL: <https://polit.ru/media/files/2015/06/08/%D0%A1%D0%B1%D0%BE%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA-%D0%BF%D0%B0%D1%80%D1%82%D0%B8%D0%B8-2015.pdf>
 12. Полковников А.В., Дубовик М.Ф. Управление проектами. М.: Эксмо, 2011. URL: <http://hr.sociomadi.ru/books/6366195.pdf>
 13. Работяжев Н.В. Лейбористская партия Великобритании на пути адаптации к современному миру // Полития. 2014. №2. URL: [http://politeia.ru/files/articles/rus/Politeia_Rabotyazhev-2014-2\(73\).pdf](http://politeia.ru/files/articles/rus/Politeia_Rabotyazhev-2014-2(73).pdf)
 14. Симонов К.В. Нужна ли России двухпартийность? // Полис. 2015. №2. URL: <https://www.politstudies.ru/article/4966>
 15. Турченко М.С. От смешанных к мажоритарным? О логике изменения в региональных избирательных систем в современной России // Полития. 2014. №2. URL: [http://politeia.ru/files/articles/rus/Politeia_Turchenko-2014-2\(73\).pdf](http://politeia.ru/files/articles/rus/Politeia_Turchenko-2014-2(73).pdf)

8.1.3. Перечень информационных технологий

Интернет-ресурсы:

	Web-адрес
1. Журнал «Полис. Политические исследования»	http://www.politstudies.ru/
2. Журнал «Социс. Социологические исследования»	http://www.nir.ru/socio/skipubl/socis.htm
3. Журнал «Политическая наука»	http://www.politnauka.org/
4. Журнал «Власть»	http://www.isras.ru/authority.html . http://www.4vlasti.ru
5. Журнал «Вестник Московского университета. Сер. 18. Социология и политология»	http://www.vestnik.socio.msu.ru/
6. Журнал «Вестник Московского университета. Сер. 12. «Политические науки»	http://www.polit.msu.ru/vestnik
7. Российская государственная библиотека	http://www.rsl.ru/
8. Электронная гуманитарная библиотека	http://www.gumfak.ru/
9. Научная электронная библиотека	http://www.elibrary.ru
10. Национальная электронная библиотека	http://www.nel.nns.ru/
11. Библиотека Конгресса США	http://www.lsweb.loc.gov

8.2. Описание материально-технического обеспечения:

Для проведения образовательного процесса требуется аудитория с трансформируемым пространством, оборудованная компьютером и проектором, необходимыми для демонстрации презентаций. Обязательное программное обеспечение – MS Office.

9. Язык преподавания: русский.

10. Преподаватель: к.с.н., доц. Карпова Н.В.

11. Автор программы: к.с.н., доц. Карпова Н.В.