

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет психологии

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета психологии


Д.Ю. Баланев

«20» июня 2023 г.

Рабочая программа дисциплины

Выборные технологии

по направлению подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки:

«Работа с социальными медиа»

Форма обучения

Очная

Квалификация

Бакалавр


Год приема

2023

Код дисциплины в учебном плане: Б1.В.07

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП

 И.П. Кужелева-Саган

Председатель УМК

 Э.А. Щеглова

Томск – 2023

1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

– ПК-2. Владеет коммуникативными, маркетинговыми технологиями, интегрированными маркетинговыми технологиями, технологиями бренд-менеджмента и event-менеджмента.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

– ИПК-2.6 Способен выбирать, анализировать и оценивать эффективность применения коммуникативных технологий в избирательном процессе.

2. Задачи освоения дисциплины

– понимать общие принципы избирательного процесса, особенности организации и проведения избирательных кампаний;

– выявлять и анализировать основные стратегии и тактики избирательных кампаний;

– применять информационно-коммуникационные технологии в ходе проведения избирательных кампаний.

3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к Блоку 1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина относится к части образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений, является обязательной для изучения.

4. Семестр(ы) освоения и форма(ы) промежуточной аттестации по дисциплине

Семестр 7, зачет с оценкой.

5. Входные требования для освоения дисциплины

Для успешного освоения дисциплины требуются результаты обучения по следующим дисциплинам: «Политология», «Теория и практика массовой коммуникации», «Технологии управления общественным мнением», «Организация и проведение рекламных кампаний».

6. Язык реализации

Русский

7. Объем дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 часов, из которых:

– лекции: 12 ч.;

– практические занятия: 16 ч.;

в том числе практическая подготовка: 2 ч. (практическая подготовка осуществляется на последней паре по УПП, в рамках практических занятий).

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

8. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам

Тема 1. Институт выборов в политической системе общества

Избирательные системы и избирательных процесс: выборы и демократия, современные избирательные системы, классификация выборов в России, принципы избирательного права, субъективное и объективное избирательное право, стадии избирательного процесса. Избирательная кампания: понятие избирательной кампании,

структура штаба, проблема устойчивости штабов, стадии избирательной кампании, участники избирательной кампании. Изучение кейсов избирательных кампаний.

Тема 2. Планирование избирательной кампании

Стратегия избирательной кампании: отличие стратегии от тактики, цель стратегии, формировании стратегии избирательной кампании (анализ обстановки, модели электората и подходы к формированию стратегии, определение основных проблем кампании, определение ключевой идеи кампании, определение действий по отношению к конкурентам, формулировка тем избирательной кампании). Тактика избирательной кампании: содержание тактики, тактический рисунок кампании, мероприятия агитационно-рекламного направления, мероприятия организационно-массового направления, создание структуры управления. Разборы кейсов. Работа с положительным образом кандидата.

Тема 3. Технологии избирательной кампании

Основные формы предвыборной агитации и технологии предвыборной агитации: определение выборных технологий, виды выборных технологий, специфика применения выборных технологий, универсальные выборные технологии, специфические избирательные технологии, политические проекты, новейшие технологии, технологии противодействия, этика избирательной кампании. Выборы в Томской области.

9. Текущий контроль по дисциплине

Текущий контроль по дисциплине проводится путем контроля посещаемости, проведения деловых игр по темам, выполнения домашних заданий, презентации докладов, и фиксируется в форме контрольной точки не менее одного раза в семестр.

10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

Зачет с оценкой в седьмом семестре проводится в устной форме по сумме набранных баллов по итогам выполнения домашних заданий, работы на практических занятиях и ответов на вопросы билетов (билет содержит 2 теоретических вопроса). Продолжительность устной части зачета – 1,5 часа.

Примерный перечень теоретических вопросов:

1. Значение выборов для демократического режима.
2. Типы избирательных систем и их характеристика.
3. Типологии выборов.
4. Принципы избирательного права.
5. Вида избирательных прав и цензы.
6. Стадии избирательного процесса.
7. Понятие избирательной кампании и ее стадии.
8. Структура избирательного штаба.
9. Проблема устойчивости штабов.
10. Характеристика участников избирательной кампании.
11. Понятие стратегии и тактики избирательной кампании, их содержание.
12. Анализ обстановки как основа для разработки стратегии.
13. Модели электората и подход к формированию стратегии избирательной кампании.
14. Определение основных проблем избирательной кампании.
15. Определение ключевой идеи избирательной кампании, действий по отношению к конкурентам, формулировка тем.
16. Тактический рисунок избирательной кампании.

17. Агитационно-рекламное направление тактики избирательной кампании: основные мероприятия.
18. Организационно-массовое направление тактики избирательной кампании: основные мероприятия.
19. Виды выборных технологий.
20. Условия и специфика применения выборных технологий.
21. Универсальные выборные технологии (исследовательские, canvassing, рекламные, массовые акции, психотехнологии).
22. Универсальные выборные технологии («черные технологии», юридические, технологии формирования политического ландшафта, интернет-технологии, GR-технологии).
23. Специфические избирательные технологии.
24. Политические проекты.
25. Блокчейн, парсинг и микротаргетинг как новейшие выборные технологии.
26. Технологии противодействия нападкам со стороны конкурентов.
27. Этика избирательной кампании.
28. Примеры избирательных кампаний в Российской Федерации.
29. Образ и имидж кандидата в рамках избирательной кампании: типы и роль.
30. Выборные и коммерческие технологии: общее и различное.

Критерии оценки устного ответа на зачете:

(4 балла) - выставляется обучающемуся, усвоившему программный материал, исчерпывающе, грамотно и логически стройно его излагающему. При этом обучающийся не затрудняется с ответом на дополнительный вопрос, проявляет знакомство с литературой, правильно обосновывает принятые решения, делает собственные выводы.

(3 балла) - выставляется обучающемуся, твердо знающему программный материал, грамотно и по существу излагающего его, без существенных неточностей в ответе на вопрос, но не в полной мере способного аргументировать собственные выводы.

(2 балла) - выставляется обучающемуся, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его детали, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения последовательности в изложении материала и испытывает трудности в выполнении практических заданий.

(1 балл) - выставляется обучающемуся, который не усвоил значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, не умеет аргументировать собственный ответ, однако способен продемонстрировать отдельные знания по предмету.

Примеры заданий в рамках текущего контроля:

1. Участники игры делятся на две команды (два предвыборных штаба) и в течение 3-х недель ведут предвыборную агитацию с использованием ресурсов сети Интернет.

Игра состоит из трех этапов:

- выдвижение кандидатов в депутаты;
- предвыборная агитация;
- голосование.

Победитель определяется голосованием экспертов.

2. Осуществите сравнительную характеристику основных подходов к формированию стратегии в российских избирательных кампаниях и определите типичные ошибки, к которым ведет некритическое их применение.

Критерии оценки заданий: каждое задание оценивается по набору предъявляемых к нему критериев в баллах, общая сумма которых не превышает 60. Для перевода в 10-бальную систему набранное количество баллов делится на 10.

Итоговая оценка складывается из суммы баллов, набранных за устный зачет (не более 4), и баллов, набранных за выполнение заданий (не более 6). Общая сумма баллов не может превышать 10.

Результаты зачета с оценкой определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Порядок расчета:

Оценка в 10-ти балльной системе	Оценка, соответствующая традиционной системе
10	отлично
9	
8	
7	хорошо
6	
5	
4	удовлетворительно
3	
2	
1	неудовлетворительно
0	неявка

11. Учебно-методическое обеспечение

а) Электронный учебный курс по дисциплине в электронном университете «Moodle» - <https://moodle.tsu.ru/course/view.php?id=15920>

б) Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

в) План семинарских / практических занятий по дисциплине.

г) Методические указания по организации самостоятельной работы студентов.

12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет

а) основная литература:

- Головин А. Г. Избирательное право и избирательный процесс в Российской Федерации : курс лекций. – М.: Норма [и др.], 2016. – 255 с.
- Малкин Е., Сучков Е. Политические технологии. – М.: «Русская панорама», 2017. – 656 с.
- Матвейчев О., Гусев Д., Чернаков С., Хазеев Р. Уши машут ослом. Современное социальное программирование. – СПб.: Питер, 2013. – URL: https://stavroskrest.ru/sites/default/files/files/books/ushi_mashut_oslom.pdf
- Соловьев А. И. Политология. Политическая теория. Политические технологии. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 574 с.
- Туронок С. Г. Политический анализ и прогнозирование : учебник для вузов. – М.: Юрайт, 2020. – 291 с.

б) дополнительная литература:

- Алексеев Р. А. Блокчейн как избирательная технология нового поколения – перспективы применения на выборах в современной России // Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). – 2018. – № 2. – URL: www.evestnik-mgou.ru
- Бузин А. Административные избирательные технологии и борьба с ними. – М.: Панорама, 2007. – URL: www.scilla.ru/works/knigi/abuzin2.doc
- Володенков С. В. Управление современными политическими кампаниями. – М.: Издательство Московского университета, 2012. – 310 с.

- Выборы в новом медийном пространстве / под ред. Я. Н. Засурского. – М.: Издательство ИКАР, 2015. – 388 с.
- Гринберг Т. Э. Политические технологии. PR и реклама. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 279 с.
- Иванченко А. В. Новые информационные технологии в избирательной системе России // Сайт Центральной избирательной комиссии РФ. – URL: http://cikrf.ru/banners/sov_2009/privol/stenogr_050609/16_ivanchenko.php
- Игнатов В. Г. Технологии избирательных кампаний. – М.: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д: издательский центр «МарТ», 2004. – 272 с.
- Качуровский Д. И. Особенности оценки эффективности избирательных кампаний на местном уровне // [Азимут научных исследований: экономика и управление](#). – 2017. – Т. 6. – № 3(20). – С. 396-399.
- Кошелюк М. Е. Технологии политических выборов. – СПб.: Питер, 2004. – 238 с.
- Кузнецов П. А. Политическая реклама: теория и практика. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 127 с.
- Кынев А. В. Выборы региональных парламентов в России, 2009-2013: от партизации к персонализации. – М.: Центр «Панорама», 2014. – 727 с.
- Лагутина О. В. Избирательные кампании и СМИ : учеб. пособие. – Курск, 2014. – 151 с.
- Сарванская Ю. Микротаргетинг в современных избирательных кампаниях // Информационно-аналитический журнал «Политическое образование». – URL: <http://lawinrussia.ru/content/mikrotargeting-v-sovremennyh-izbiratelnyh-kampaniyah>
- Сегела Ж. Национальные особенности охоты за голосами. Так делают президентов [Электронный ресурс]. – М.: Вагриус, 1999. – 264 с.
- Шарков Ф. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование. – М.: Дашков и К, 2018. – 486 с.

в) ресурсы сети Интернет:

- Избирательная ассоциация политтехнологов (ИЗБАСС) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.izbass.ru
- Институт избирательных технологий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.izteh.com
- Компания Klipsan Press. Календарь выборов и электоральные новости со всего мира [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.klipsan.com/elecnews.htm>
- Официальный сайт Центральной избирательной комиссии РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.cikrf.ru
- Международный фонд избирательных систем (Россия) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ifes.ru>
- Справочно-правовой ресурс "Консультант плюс" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
- Электоральный архив Лейпхарта Калифорнийского университета, Сан-Диего (США) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dodgson.ucsd.edu/lij>
- Электронно-библиотечная система Национального исследовательского Томского государственного университета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.lib.tsu.ru/ru>

13. Перечень информационных технологий

- а) лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- Microsoft Office Standart 2013 Russian: пакет программ. Включает приложения: MS Office Word, MS Office Excel, MS Office PowerPoint, MS Office On-eNote, MS Office Publisher, MS Outlook, MS Office Web Apps (Word Excel MS PowerPoint Outlook);
- публично доступные облачные технологии (Google Docs, Яндекс диск и т.п.).

б) информационные справочные системы:

- Электронный каталог Научной библиотеки ТГУ – <http://chamo.lib.tsu.ru/search/query?locale=ru&theme=system>
- Электронная библиотека (репозиторий) ТГУ – <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Index>
- ЭБС Лань – <http://e.lanbook.com/>
- ЭБС Консультант студента – <http://www.studentlibrary.ru/>
- Образовательная платформа Юрайт – <https://urait.ru/>
- ЭБС ZNANIUM.com – <https://znanium.com/>
- ЭБС IPRbooks – <http://www.iprbookshop.ru/>

14. Материально-техническое обеспечение

Аудитории для проведения занятий лекционного типа.

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой и доступом к сети Интернет, в электронную информационно-образовательную среду и к информационным справочным системам.

Аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации в смешенном формате («Актру»).

15. Информация о разработчиках

Краснопёров Антон Юрьевич, кандидат политических наук, ассистент кафедры социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ.

Рецензент: Кужелева-Саган И.П., доктор философских наук, профессор, зав. кафедрой социальных коммуникаций НИ ТГУ