

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

Факультет психологии

УТВЕРЖДЕНО:  
Декан  
В. В. Мацута

Рабочая программа дисциплины

**Выборные технологии**

по направлению подготовки / специальности

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Направленность (профиль) подготовки/ специализация:  
**Реклама и связи с общественностью: цифровые и сетевые коммуникации**

Форма обучения  
**Очная**

Квалификация  
**Специалист по рекламе и связям с общественностью**

Год приема  
**2025**

СОГЛАСОВАНО:  
Руководитель ОП  
И.В.Гужова

Председатель УМК  
М.А.Подойница

Томск – 2025

## **1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины**

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

УК-3 Способен формировать политическое и правовое сознание, отстаивать гражданскую позицию, в том числе нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

РОУК-3.1 Знает основные понятия права и государства, основы государственно-политического устройства и законодательства, сущность коррупционного поведения и его взаимосвязь с социальными, экономическими, политическими и иными условиями.

РОУК-3.2 Умеет использовать правовые знания и нормы, знание истории, функционирования ее политико- правовой системы для формирования правосознания и отстаивания гражданской позиции; различать интересы государства, отдельных социальных групп, человека и общества в социальных, экономических, политических ситуациях для понимания норм ответственного гражданского и профессионального поведения и противодействия проявления экстремизма, терроризма и коррупции

## **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 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**

Седьмой семестр, зачет

## **5. Входные требования для освоения дисциплины**

Для успешного освоения дисциплины требуются результаты обучения по следующим дисциплинам: «Политические отношения и процессы», «Технологии управления общественным мнением».

## **6. Язык реализации**

Русский

## **7. Объем дисциплины**

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.

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

## **8. Содержание дисциплины, 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.

Оценочные материалы текущего контроля размещены на сайте ТГУ в разделе «Информация об образовательной программе» - <https://www.tsu.ru/sveden/education/eduop/>.

### **10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации**

**Зачет в седьмом семестре** проводится в устной форме и состоит из двух теоретических вопросов. Продолжительность зачета в части ответа на вопросы билета – 1 час. Итоговая оценка выставляется по сумме набранных баллов за текущий контроль и устный зачет.

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации размещены на сайте ТГУ в разделе «Информация об образовательной программе» - <https://www.tsu.ru/sveden/education/eduop/>.

### **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.

д) 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](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. – С. 544-564. – (Глава 24. Избирательные технологии)
- 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](http://www.evestnik-mgou.ru)
- Бузин А. Административные избирательные технологии и борьба с ними. – М.: Панорама, 2007. – URL: [www.scilla.ru/works/knigi/abuzin2.doc](http://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. ПР 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](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.
- Кошелоу 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](http://www.izbass.ru)
- Институт избирательных технологий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.izteh.com](http://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](http://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 OneNote, 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, доцент кафедры социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ.