

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Луганский государственный университет
имени Владимира Даля»

Кафедра государственного управления

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой государственного
управления

Макарова Е. И.
2023 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«ЭЛЕКТОРАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»

Направление подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление
Профиль подготовки «Государственное и муниципальное управление»

Лист согласования РПУД

Рабочая программа учебной дисциплины «Электоральные технологии» по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление – 33 с.

Рабочая программа учебной дисциплины «Электоральные технологии» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление (утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «15» июня 2017 года № 555.

СОСТАВИТЕЛЬ

Доцент, к.полит.н. Проценко А.В.

Рабочая программа учебной дисциплины утверждена на заседании кафедры государственного управления «11» 04 2023 г., протокол № 16.

Заведующий кафедрой

Государственного управления _____ Макарова Е.И.

Переутверждена: « » _____ 2023 года, протокол № _____.

Согласована (для обеспечивающей кафедры):

Переутверждена: « » _____ 2023 года, протокол № _____.

Рекомендована на заседании учебно-методической комиссии кафедры государственного управления «06» 04 2023 года, протокол № 8

Председатель учебно – методической комиссии

кафедры государственного управления _____ Волошинова Н.А.

Структура и содержание дисциплины

1. Цели и задачи учебной дисциплины

Цели преподавания учебной дисциплины «Электоральные технологии» предполагает изучение избирательных процессов, специфических элементов public relations и включает конструкты политического в сфере реализации государственной политики, кризисного менеджмента в государственном управлении, социальной психологии, социологии, журналистики и практических психотехнологий.

Также среди **задач курса** следует выделить следующие:

- 1) научить студентов определять типы и особенности избирательных технологий;
- 2) познакомить студентов с основными подходами к ведению и организации предвыборного процесса;
- 3) обучить необходимым практическим методикам эффективного организации выборов и избирательной кампании;
- 4) ознакомить с пошаговой технологией организации эффективной избирательной кампании, а также научить выстраивать практически применимую стратегию реализации предвыборных целей в условиях активного конкурентного поля.

2. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина «Электоральные технологии» относится к циклу профессиональных дисциплин (базовая часть). Основной задачей изучения дисциплины «Электоральные технологии» выступает формирование теоретико-методологических знаний и практических навыков их использования в области избирательных политических технологий, формирование у студентов представления о реальной специфике и практических особенностях предвыборного процесса, конкретные компетенции, необходимые для успешной деятельности в качестве политического консультанта, аналитика и PR-менеджера в сфере государственного управления.

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов
--------------------------------	---	----------------------------------

<p>ПК-3. Способен организовывать и проводить мероприятия в рамках избирательного и референдумного процессов, осуществлять мониторинг общественного мнения и СМИ.</p>	<p>ПК-3.1. Организует взаимодействие с журналистским сообществом, пресс-службами государственных, муниципальных и общественных организаций, избирательных объединений.</p> <p>ПК-3.2. Устанавливает объективность и актуальность информации о политических процессах, в том числе об избирательном и референдумном процессах, определяет связи между разными блоками информации.</p> <p>ПК-3.3. Анализирует материалы СМИ, передает собранный материал для дальнейшего анализа специальным подразделениям</p>	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - природу и особенности организация избирательных кампаний»; - историю и правовые аспекты предвыборных процессов; - методы, инструменты, структуру и виды избирательных кампаний; - особенности техники проведения успешной избирательной кампании; - владеть понятийно-терминологическим аппаратом общественных наук, свободно ориентироваться в источниках и научной литературе; - основы прикладного политического анализа и прогнозирования. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - уметь переоценивать накопленный опыт в свете развития политической науки и изменяющейся практики, эффективно использовать свой интеллектуальный потенциал; - самостоятельно проводить научные
---	--	--

		<p>исследования;</p> <ul style="list-style-type: none">- самостоятельно анализировать и оценивать стратегии проведения избирательных кампаний- определять приоритеты и цели избирательных;- использовать техники имиджирования и формирования политической повестки во время выборной кампании;- организовывать работы штаба и команды кандидата или партии. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none">- общей методологией использования технологий организации предвыборных кампаний;- применение избирательных технологий в существующем правовом поле;- измерение эффективности избирательных кампаний. <p>реализации основных избирательных технологий для обеспечения эффективного проведения выборного процесса с избранием</p>
--	--	--

		необходимого кандидата
--	--	------------------------

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов (зач. ед.)	
	Очная форма	Очная форма
Общая учебная нагрузка (всего)	256 (7 зач. ед)	
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего) в том числе:	51	
Лекции	51	
Семинарские занятия	34	
Практические занятия	-	
Лабораторные работы	-	
Курсовая работа (курсовой проект)	-	
Другие формы и методы организации образовательного процесса (расчётно-графические работы, индивидуальные задания и т.п.)	-	
Самостоятельная работа студента (всего)	167	
Форма аттестации	Зачет/экзамен	

4.2. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Понятие и история становления избирательных технологий.

Роль избирательных технологий в XXI веке. Эффективность использования информационных технологий в избирательном процессе. Возрастание роли выборов как индикатора демократичности политической системы общества. Избирательная кампания как важнейшая часть политического процесса. Страновая специфика избирательного маркетинга. Теория политических технологий.

Понятие политических технологий как совокупности процедур, приемов и

способов деятельности, направленных на эффективную реализацию целей и задач конкретного субъекта в сфере власти. Политический маркетинг как совокупность определенных знаний и умений, составляющих основу специализированной деятельности в сфере осуществления власти и управления обществом.

Причины появления политического маркетинга. Технологии как форма политической инженерии. Ограниченность технологий по месту и времени их применения. Содержание технологического знания. Технологический уровень познания действительности как форма научно-прикладного знания. Типы политических технологий.

Тема 2. Понятие и виды избирательных кампаний.

Выборы как механизм политического участия, их роль и функции в политической жизни общества. Традиционный и радикальный подходы к пониманию сущности и природы выборов. Избирательное право и его реализация в зависимости от политического режима и уровня развития гражданского общества. Активное и пассивное избирательное право. Классификация выборов.

Соотношение понятий избирательной кампании, предвыборной кампании и выборов. Понятие публичной политики. Технологии реализации публичной политики. Параметры избирательной кампании (уровень, масштаб, тип). Параллельные кампании, «сшивки» кампаний.

Тема 3. Концептуально-системный подход к избирательным процессам.

Сущность избирательных процессов. Избирательные кампании, как часть общеполитических процессов. Идеологическая и ценностная подоплека избирательных процессов. Концептуальное, психологическое и имиджевое наполнение избирательных кампаний. Основы стратегического мышления в избирательных кампаниях. Модели электорального поведения как основа стратегического планирования. Ресурсы избирательной кампании: концептуально-смысловые, идеологические, финансовые, информационно-коммуникационные, кадровые, организационные и др. Ситуационно-ресурсный анализ. Оптимизация ресурсов кампании как основа стратегического планирования.

Тема 4. Основные акторы избирательных процессов.

Субъект-объектные отношения в рамках избирательных процессов. Кандидат (человек, партия, позиция на референдуме), как субъект избирательной кампании. Мотивы, ценности потребности субъекта. Дерево целей, динамика целей политического субъекта. Лидерство как социальное явление. Подходы к изучению лидерства. Основные теории лидерства. Функции политического лидера. Типология лидерства. Политические элиты, их роль и место в избирательном процессе. Электорат и электоральная активность. Понятие «целевой группы». Механизмы выделения целевых групп. Дифференцированный подход к изучению

предпочтений целевых групп. Ценности, потребности, социальные стереотипы избирателей и их учет в избирательных кампаниях.

Тема 5. Изучение округа. Определение цели. Информационно-аналитическое сопровождение избирательной кампании

Избирательные системы. Модели избирательных кампаний. Изучение населения округа. Определение общего количества избирателей. Данные прошлых выборов. Оценка политического ландшафта. Изучение политических предпочтений населения. Расчет количества голосов, необходимых для победы. Ожидаемая явка. Количество семей, в которых живут избиратели. Определение цели кампании. Типы электорального поведения. Электоральное поведение постсоветских избирателей.

Тема 6. Кандидат и его команда. Формирование штаба.

Управление избирательной кампанией. Общие подходы к структуре команды. Усредненный набор команды, необходимый для избирательной кампании. Менеджер команды, его функции и внешние связи. Функции и структура штаба. Техническое оснащение избирательной кампании. Привлечение средств. Меры безопасности.

Выбор доверенных лиц кандидата. Официальная регистрация кандидата. Подбор ассистентов, ответственных за кампанию. Организация постоянного контакта со средствами массовой информации. Создание службы общественного мнения. Задачи службы материального обеспечения (аренда помещений, печать, финансирование и пр.) Организация службы порядка и охраны кандидата, набор добровольцев первого эшелона (помощники ассистентов). Официальное открытие штаба кампании. Набор добровольцев второго эшелона (агитаторы и пропагандисты). Работа штаба в день голосования.

Тема 7. Определение стратегии избирательной кампании.

Понятие стратегии и тактики избирательной кампании. Стратегическое планирование. Методика планирования. Сущность «прицеливания». Географическое и демографическое «прицеливание». Выделение адресных групп. Стратегия принадлежности к партии.

Тема 8. Программа кандидата и особенности ее формирования.

Разработка «месседжа» кампании. Сущность и характеристики «месседжа». Таблица «месседжа». Выбор вопроса, значимого для избирателей. Определение важности вопроса и позиция кандидата. Программа кандидата. Использование партийной принадлежности кандидата.

Тема 9. Тактические технологии в избирательной кампании. Тактика работы с конкурентами и противниками в избирательной кампании.

Информационно-коммуникативные технологии. Создание лозунга. Создание информационных поводов. Политическая реклама, ее формы и виды. Подготовка и распространение политической рекламы в ходе избирательной кампании. Организация выступлений кандидата перед избирателями. Подготовка публичных выступлений по технологии «message house». Публичная речь кандидата. План речи. Подготовка текста публичного выступления. Постановка невербального поведения кандидата во время публичных выступлений. Использование листовок в избирательной кампании. Виды листовок. Работа со средствами массовой информации. Роль телевидения в проведении избирательной кампании. Выступление кандидата по радио. Конкурентная борьба в избирательном процессе. Антитехнологии как метод манипуляции сознанием людей. Защита от «грязных» технологий.

Тема 10. План работы с избирателями и претворение его в жизнь.

Правило ограниченных ресурсов. Взаимозаменяемость ресурсов и методов. Методы работы с избирателями. Разработка печатных материалов кампании. Основные принципы агитации. Кампания «от двери к двери». Формы наглядной агитации.

Работа предвыборный штаба кампании в день выборов. Контроль за ходом голосования и подсчетом голосов. Организация наблюдения за выборами.

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
1	Понятие и история становления избирательных технологий.	4	
2	Понятие и виды избирательных кампаний.	4	
3	Концептуально-системный подход к избирательным процессам.	4	
4	Основные акторы избирательных процессов	6	
5	Модели кампании. Изучение округа и информационно-аналитическое сопровождение избирательной кампании.	8	
6	Кандидат и его команда. Формирование штаба.	8	
7	Определение стратегии избирательной	4	

	кампании.		
8	Программа кандидата и особенности ее формирования	6	
9	Тактические технологии в избирательной кампании. Тактика работы с конкурентами и противниками в избирательной кампании.	4	
10	План работы с избирателями и претворение его в жизнь.	5	
Итого:		51	

4.4. Практические (семинарские) занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
1.	Предмет и задачи курса. История возникновения избирательного права.	2	
2.	Избирательная кампания как важнейшая часть политического процесса..	4	
3.	Теория политических технологий. Политический маркетинг.	4	
4.	Концептуальное, психологическое и имиджевое наполнение избирательных кампаний.	2	
5.	Электорат и электоральная активность. Механизмы выделения целевых групп.	4	
6.	Изучение округа. Определение цели. Информационно-аналитическое сопровождение избирательной кампании	4	
7.	Модели избирательных кампаний и стратегий	4	
8.	Управление избирательной кампанией.	2	
9.	Программа кандидата и разработка «месседжа» кампании.	4	
10.	Тактические технологии в избирательной кампании.	4	
Итого:		34	

4.5. Лабораторные работы не предусмотрены учебным планом

4.6. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объем часов	
			Очная форма	Заочная форма
1.	Введение в дисциплину «Избирательная кампания и средства политической мобилизации»	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников, написание и оформление научных докладов в соответствии с заданиями	16	
2.	Понятие и виды избирательных кампаний.	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, написание и оформление научных докладов в соответствии с заданиями	16	
3.	Концептуально-системный подход к избирательным процессам.	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников информации, написание и оформление научных докладов в соответствии с заданиями	16	
4.	Основные акторы избирательных процессов	Подготовка к практическим занятиям и к промежуточному контролю знаний и умений. Самостоятельный поиск источников.	16	
5.	Изучение округа. Определение цели. Информационно-аналитическое сопровождение избирательной кампании.	Подготовка рукописи реферата, в соответствии с требованиями. Работа с лекционным материалом, подготовка к практическому занятию и к промежуточной аттестации	16	
6.	Кандидат и его команда. Формирование штаба.	Проработка конспекта лекций, работа на полях конспекта с терминами, дополнение конспекта материалами из рекомендованной литературы	16	
7.	Определение стратегии избирательной кампании.	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников информации	16	
8.	Программа кандидата и особенности ее формирования	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников информации, написание и оформление научных докладов (или рефератов) в соответствии с заданиями	23	
9.	Тактические технологии в избирательной кампании. Тактика	Выполнение индивидуальных заданий по теме исследования	16	

	работы с конкурентами и противниками в избирательной кампании.			
10.	План работы с избирателями и претворение его в жизнь.	Подготовка к итоговому контролю знаний и умений	16	
Итого:			167	

4.7. Курсовые работы/проекты не предусмотрены учебным планом

5. Образовательные технологии

Любые занятия по дисциплине «Электоральные технологии» должны носить проблемный и творческий характер. В отличие, скажем, от преподавания общего курса социальной философии, где приходится нередко использовать давно устоявшиеся знания, в специальном курсе, являющемся плодом научных изысканий преподавателя, следует использовать проблемный принцип, заключающийся в том, что в данном курсе нет никаких абсолютных истин. Поэтому принцип сомнения как важнейший принцип всякой науки, как правило, лежит в основе спецкурса. Но при этом не следует забывать, что абсолютизация сомнения может привести к агностицизму, что ничего общего не имеет с наукой.

Целесообразно в ходе изложения материала использовать форму вопросов и ответов, если, конечно, у студентов появляются вопросы. С целью активизации учебно-познавательной деятельности студентов при изучении дисциплины «Электоральные технологии» используются следующие учебные технологии: проблемные лекции, творческие задания, работа в интернете, презентации, ролевые игры, визуальное сопровождение учебного процесса (видео презентации).

«Мозговой штурм» - эффективный метод коллективного обсуждения, поиск решений, побуждает участников проявлять своё воображение и творчество, который достигается путём свободного выражения мнений всех участников и помогает находить несколько решений по конкретной проблеме.

Преподаватель называет тему дискуссии и приглашает студентов принять участие в её обсуждении путём штурма, который организуется по следующим этапам:

1. Все участники «штурма» предлагают идеи по решению выдвинутой проблемы (идеи могут быть любыми, даже фантастическими).
2. Студент записывает на доске все идеи, которые предлагаются.
3. Когда группа считает количество поданных идей достаточным, их представление прекращается.

4. После того как почти все идеи собраны, они группируются, анализируются, развиваются группой.

5. Выбираются те, которые, по мнению студентов, помогут решить поставленную проблему.

Метод «Круг идей» - метод является эффективным для решения острых спорных вопросов и полезным для создания списка общих идей.

Порядок проведения:

Преподаватель выдвигает дискуссионный вопрос и предлагает его обсудить в каждой группе; после того, как истёк время на обсуждение, каждая группа выдвигает только один аспект того, что они обсуждали; группы высказываются по очереди, пока не будут исчерпаны все идеи; при обсуждении темы составляется список указанных идей и записывается на доске. Необходимо использовать формы самостоятельной работы студентов. Прежде всего речь идёт о написании работы по той или иной теме специального курса. При этом студенту необходимо оказывать соответствующую помощь: подсказать литературу, помочь в оформлении работы, проверить его знания тех или иных текстов и т.д.

6. Формы контроля освоения дисциплины

Текущая аттестация студентов производится в дискретные временные интервалы лектором и преподавателем, ведущими практические занятия по дисциплине в следующих формах:

1. Устный опрос.
2. Рецензирование ответов.
3. Письменный контроль.
4. Комбинированный опрос.
5. Тестирование.
6. Контрольные работы.
7. Самоконтроль.

Фонды оценочных средств, включающие типовые задания, контрольные работы, тесты и методы контроля, позволяющие оценить результаты обучающихся по данной дисциплине, помещаются в УМКД.

Итоговый контроль по результатам освоения дисциплины проходит в форме устного экзамена и защиты курсовой работы. Студенты, выполнившие 75% текущих и контрольных мероприятий на «отлично», а остальные 25 % на «хорошо», имеют право на получение итоговой отличной оценки.

В экзаменационную ведомость и зачётную книжку выставляются оценки по национальной шкале, приведённой в таблице.

Национальная шкала	Характеристика знания предмета и ответов	Зачёты
--------------------	--	--------

отлично (5)	Студент глубоко и в полном объеме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при выполнении практических задач.	зачтено
хорошо (4)	Студент знает программный материал, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях или незначительное количество ошибок. При этом владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических задач.	
удовлетворительно (3)	Студент знает только основной программный материал, допускает неточности, недостаточно чёткие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. При этом недостаточно владеет умениями и навыками при выполнении практических задач. Допускает до 30% ошибок в излагаемых ответах.	
неудовлетворительно (2)	Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы.	не зачтено

7. Учебно-методическое и программно-информационное обеспечение дисциплины:

а) основная литература:

1. Забурдаева Е.В., Политическая кампания. Стратегии и технологии : Учебник / Забурдаева Е.В. - М. : Аспект Пресс, 2017. - 343 с. - ISBN 978-5-7567-0647-5 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756706475.html> (дата обращения: 13.11.2019).

2. Ланкин Е., Как выиграть выборы без административного ресурса: Рекомендации опытного политтехнолога / Ланкин Е. - М. : Альпина Паблишер, 2016. - 285 с. - ISBN 978-5-9614-5229-7 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961452297.html> (дата обращения: 13.11.2019).
3. Политические технологии: PR и реклама: Учеб. пособие для студентов вузов / Т. Э. Гринберг. - 2-е изд., испр. - М.: Аспект Пресс, 2012. - 280 с.
4. Электронное издание на основе: Политические технологии: PR и реклама: Учеб. пособие для студентов вузов / Т. Э. Гринберг. - 2-е изд., испр. - М.: Аспект Пресс, 2012. - 280 с.

б) дополнительная литература

1. Блэк, С. Введение в паблик рилейшнз: Пер. с англ. / Сэмюэль Блэк. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1998. – 317с
2. Володенков, С.В. Применение SWOT – анализа политического имиджа в аспекте построения стратегической или имиджевой концепции / С.В. Володенков. –Веник Московского университета. Серия 12. 2008. №2. с. 17-26.
3. Гришин, Н. Основы проведения избирательных кампаний Н. Гришин. М.: РИП-холдинг. 2003. – 184с.
4. Денисюк Н.П. Идеология избирательных кампаний / Н.П. Денисюк // Основы идеологии белорусского государства: учебное пособие для вузов / под общей ред. С.Н. Князева, С.В. Решетникова. – Мн.: Академия управления при президент Республики Беларусь, 2004. с. 192-212.
5. Егорова-Гантман Е.А. Политическая реклама / Е. Егорова-Гантман, К. Плешаков. - М.: Никколо М. 2002. – 259с.
6. Земляков, Л.Е. Технология избирательных кампаний в политическом управлении / Л.Е. Земляков, И.А. Карпухина / Научные труды Академии управления при Президенте Республики Беларусь. Выпуск 7. - Мн., 2006. – с. 171-182.
7. Кара-Мурза, С.Г. Манипуляция сознанием / С.Г. Кара-Мурза - М.: изд-во «Эксмо», 2003. – 256с.
8. Малишевский, Н.Н. Технология и организация выборов / Н.Н. Малишевский - М.: Харвест, 2003. – 256с.
9. Михайлец, Г.П. Имиджелогия: управляй своей репутацией / Г.П. Михайлец. М.: «Вершина», 2006. – 198с.
10. Нежданов, Д.В. Политический маркетинг. Д.В. Нежданов. - Спб.: Питер, 2004. – 160с.
11. Ольшанский Д.В. Политический PR / Д.В. Ольшанский - Спб.: Питер, 2003. – 544с.
12. Политика, выборы и электоральное поведение (етодология оперативного социологического исследования) / А.Н. Елсуков, Д.Г. Ротман, Д.К. Безнюк и др.

- Мн.: БГУ, 2000. – 96с.
13. Политическое консультирование. - М.: Центр Политического консультирования «Никколо М», 1999, - 471с.
 14. Полуэктов, В. От двери к двери. Полевые технологии в избирательных кампаниях / В. Полуэктов – М.: Русская панорама, 2002. – 240 с.
 15. Почепцов Г.Г. Имиджеология / Г. Почепцов. – изд. 4-е, испр. и доп. - М.: Рефл-бук; Киев: Ваклер, 2004. – 574с.
 16. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации / Г. Почепцов. - М.: Рефл-бук; Киев: Ваклер, 2001. – 651с.
 17. Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Г. Почепцов. - М.: Рефл-бук; Киев: Ваклер, 2000. – 348с.
 18. Пушкарева, Г.В. Изучение электорального поведения: контуры когнитивной модели / Г.В. Пушкарева // Полис. 2003. - №3. – с. 120-130.
 19. Пшизова, С.Н. Политика как бизнес / С.Н. Пшизова – Полис. 2007. №3. с. 28-41.
 20. Скрипкина, Ж. Избирательные системы и технологии / Ж. Скрипкина – М.: Вузовский учебник, 2005. – 174 с.
 21. Соловьев, А.И. Политология: Политическая теория, политические технологии (2-е издание) / А.И. Соловьев. - М.: Аспект-Пресс, 2008. -559с.

в) интернет-ресурсы:

1. Министерство образования и науки Российской Федерации – <http://минобрнауки.рф/>
2. Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки – <http://obrnadzor.gov.ru/>
3. Министерство образования и науки Луганской Народной Республики – <https://minobr.su>
4. Народный совет Луганской Народной Республики – <https://nslnr.su>
5. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования – <http://fgosvo.ru>
6. Федеральный портал «Российское образование» – <http://www.edu.ru/>
7. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» – <http://window.edu.ru/>
8. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов – <http://fcior.edu.ru/>
9. Электронные библиотечные системы и ресурсы
10. Электронно-библиотечная система «Консультант студента» – <http://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>
11. Электронно-библиотечная система «StudMed.ru» – <https://www.studmed.ru>
12. Информационный ресурс библиотеки образовательной организации

13. Научная библиотека имени А. Н. Коняева – <http://biblio.dahluniver.ru/>
14. Сайт журнала «Новая парадигма» — [http:// www.novaparadigma.org.ua/](http://www.novaparadigma.org.ua/)
15. Сайт журнала «ПОЛИС» — [http:// www.hjlistudits.ru/](http://www.hjlistudits.ru/)
16. Сайт журнала «Общественные науки и современность» — <http://www.ons2000.chat.ru/index.htm>
17. Сайт журнала «Полития» — [http:// www.nasledie.ru/](http://www.nasledie.ru/)
18. Сайт журнала «Политическая экспертиза» — <http://www.politex.info/>
19. Электронная библиотека ГУМЕР — [http:// www.gumer.info/](http://www.gumer.info/)
20. Портал политических наук — [http:// www.politzone.in.ua/-](http://www.politzone.in.ua/)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Освоение дисциплины «Электоральные технологии» предполагает использование академических аудиторий, соответствующих действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Лекционные занятия: комплект электронных презентаций слайдов; аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Практические занятия: компьютерный класс, презентационная техника.

Прочее: рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет.

Бесплатное программное обеспечение

Функциональное назначение	Бесплатное программное обеспечение	Ссылки
Офисный пакет	Libre Office 6.3.1	https://www.libreoffice.org/ https://ru.wikipedia.org/wiki/LibreOffice
Операционная система	UBUNTU 19.04	https://ubuntu.com/ https://ru.wikipedia.org/wiki/Ubuntu
Антивирус	Avast	http://www.avast.com/ru-ru/index
Браузер	Firefox Mozilla	http://www.mozilla.org/ru/firefox/fx
Браузер	Opera	http://www.opera.com

Почтовый клиент	Mozilla Thunder bird	http://www.mozilla.org/ru/thunderbird
Файл-менеджер	Far Manager	http://www.farmanager.com/download.php
Архиватор	7Zip	http://www.7-zip.org/
Графический редактор	GIMP (GNU Image Manipulation Program)	http://www.gimp.org/ http://gimp.ru/viewpage.php?page_id=8 http://ru.wikipedia.org/wiki/GIMP
Распознавание текста	Cunei Form	http://cognitiveforms.ru/products/cunEIForm/
Редактор PDF	PDF Creator	http://www.pdfforge.org/pdfcreator
Видеоплеер	Media Player Classic	http://mpc.darkhost.ru/
Аудиоплеер	VLC	http://www.videolan.org/vlc/

9. Оценочные средства по дисциплине

Паспорт оценочных средств по учебной дисциплине «Электронные технологии»

Описание уровней сформированности и критериев оценивания компетенций на этапах их формирования в ходе изучения дисциплины

Перечень компетенций (элементов компетенций), формируемых в результате освоения учебной дисциплины.

№ п/п	Код компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по дисциплине)	Темы учебной дисциплины	Этапы формирования (семестр)

1	ПК-3	Способен организовывать и проводить мероприятия в рамках избирательного и референдумного процессов, осуществлять мониторинг общественного мнения и СМИ.	<p>ПК-3.1. Организует взаимодействие с журналистским сообществом, пресс-службами государственных, муниципальных и общественных организаций, избирательных объединений.</p>	<p><i>Тема 2. Понятие и виды избирательных кампаний.</i> Тема 5. Изучение округа. <i>Определение цели. Информационно-аналитическое сопровождение избирательной кампании</i> Тема 6. Кандидат и его команда. <i>Формирование штаба.</i></p>	8
			<p>ПК-3.2. Устанавливает объективность и актуальность информации о политических процессах, в том числе об избирательном и референдумном процессах, определяет связи между разными блоками информации.</p>	<p>Тема 1. Понятие и история становления избирательных технологий Тема 3. <i>Концептуально-системный подход к избирательным процессам.</i> Тема 7. <i>Определение стратегии избирательной кампании.</i> Тема 9. <i>Тактические технологии в избирательной кампании.</i> <i>Тактика работы с конкурентами и противниками в избирательной кампании.</i></p>	

			<p>ПК-3.3. Анализирует материалы СМИ, передает собранный материал для дальнейшего анализа специальным подразделениям</p>	<p><i>Тема 4. Основные акторы избирательных процессов.</i> <i>Тема 8. Программа кандидата и особенности ее формирования.</i> <i>Тема 10. План работы с избирателями и претворение его в жизнь.</i></p>	
--	--	--	---	---	--

Показатели и критерии оценивания компетенций, описание шкал оценивания

№ п/п	Код компетенции	Индикаторы достижений компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	<i>Тема 1.</i>	Наименование оценочных средств
1.	ПК-3. Способен организовывать и проводить мероприятия в рамках избирательного и референдумного процессов, осуществлять мониторинг общественного мнения и СМИ.	ПК-3.1. Организует взаимодействие с журналистским сообществом, пресс-службами государственных, муниципальных и общественных организаций, избирательных объединений.	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - природу и особенности организации избирательных кампаний»; - историю и правовые аспекты предвыборных процессов; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - уметь переоценивать накопленный опыт в свете развития политической науки и изменяющейся практики, эффективно использовать свой интеллектуальный потенциал; - самостоятельно проводить научные исследования; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - общей методологией использования технологий организации предвыборных кампаний 	<p><i>Тема 2. Понятие и виды избирательных кампаний.</i></p> <p><i>Тема 5. Изучение округа. Определение цели. Информационно-аналитическое сопровождение избирательной кампании</i></p> <p><i>Тема 6. Кандидат и его команда. Формирование штаба.</i></p>	<p>доклад, сообщение, тестовые задания, разноуровневые задачи и задания, практическое (прикладное задание)</p>

		<p>ПК-3.2. Устанавливает объективность и актуальность информации о политических процессах, в том числе об избирательном и референдумном процессах, определяет связи между разными блоками информации.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Методы, инструменты, структуру и виды избирательных кампаний; - особенности техники проведения успешной избирательной кампании; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - самостоятельно анализировать и оценивать стратегии проведения избирательных кампаний - определять приоритеты и цели избирательных; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применение избирательных технологий в существующем правовом поле; 	<p><i>Тема 1. Понятие и история становления избирательных технологий</i></p> <p><i>Тема 3. Концептуально-системный подход к избирательным процессам.</i></p> <p><i>Тема 7. Определение стратегии избирательной кампании.</i></p> <p><i>Тема 9. Тактические технологии в избирательной кампании.</i></p> <p><i>Тактика работы с конкурентами и противниками в избирательной кампании.</i></p>	<p>доклад, сообщение, тестовые задания, разноуровневые задачи и задания, практическое (прикладное задание)</p>
--	--	--	---	--	--

		<p>ПК-3.3. Анализирует материалы СМИ, передает собранный материал для дальнейшего анализа специальным подразделениям</p>		
<p>Знать: - владеть понятийно-терминологическим аппаратом общественных наук, свободно ориентироваться в источниках и научной литературе; - основы прикладного политического анализа и прогнозирования. Уметь: - использовать техники имиджирования и формирования политической повестки во время выборной кампании; - организовывать работы штаба и команды кандидата или партии. Владеть: - измерение эффективности избирательных кампаний, реализации основных избирательных технологий для обеспечения эффективного проведения выборного процесса с избранием необходимого кандидата</p>	<p>Тема 4. Основные акторы избирательных процессов. Тема 8. Программа кандидата и особенности ее формирования. Тема 10. План работы с избирателями и претворение его в жизнь.</p>	<p>доклад, сообщение, тестовые задания, разноуровневые задачи и задания, практическое (прикладное задание)</p>		

Вопросы для обсуждения (в виде докладов и сообщений):

1. Охарактеризуйте избирательные кампании, как специфический вид Public Relations (PR).
2. Дайте понятие “избирательной кампании” и определите ее место в системе политического PR.
3. Опишите соотношений понятий «политические технологии» и «избирательные технологии».
4. Охарактеризуйте две основополагающие модели манипулирования Р. Гудина – “рациональную” и “психологическую” как разновидности политических технологий.
5. Объясните появление и сущность политического маркетинга.
6. Какие вы знаете основные параметры избирательной кампании?
7. В чем сущность понятия «параллельные кампании»?
8. Раскройте черты понятия «избирательная кампания»
9. Каковы основные факторы эффективности избирательных технологий?
10. В чем заключается различие между стратегией и тактикой избирательной кампании?
11. Какие составляющие определяют уникальность кампании?
12. Решение каких вопросов включает в себя формирование стратегии избирательной кампании?
13. Как происходит определение полных ресурсов избирательной кампании?
14. Какие главные шаги включает разработка стратегии на основе положительного образа кандидата?
15. Какова роль социологических исследований в формировании разработки положительного образа кандидата?
16. Приведите примеры типовых стратегий отождествления.
17. Типология политического лидерства М. Херманн.
18. В чем состоит отличие использование личностной модели избирательной кампании от имиджевой?
19. Что составляет принцип построения комплексной (системной) модели?
20. Суть процесса разработки формализованных целей предвыборной кампании
21. Для чего необходима сегментация электората?
22. На каком этапе избирательной кампании следует проводить сегментацию электората?
23. Что такое «явка избирателей» и «история голосований»?
24. Перечислите основные функции избирательного штаба.
25. За какое время до официального начала кампании должно быть завершено формирование штаба?
26. Приведите пример типичной структуры избирательного штаба.

27. Приведите и пошагово проанализируйте типичный пример «этапизации» избирательной кампании.
28. Что понимается под стратегией кампании?
29. Что такое «адресная группы избирателей»?
30. Перечислите основные мероприятия на стадии «предкампании».
31. Какими вопросами должно быть подробно протестировано каждое мероприятие, включаемое в план избирательной кампании?
32. Тактика избирательной кампании.
33. Чем отличаются «избирательная программа» и «избирательна платформа»?
34. Из каких типичных разделов может состоять программа кандидата?
35. Какое значение имеет программа кандидата в избирательных кампаниях в развитых странах Запада и в российской политической действительности?
36. Опишите сущность технологии спин-докторинга.
37. Инструментарий переключения внимания массового сознания в СМИ
38. Перечислите основные типы и виды информационных технологий в политике.
39. Аргументированно расположите наиболее мощные средства политической рекламы и агитации в порядке снижения эффективности.
40. Чем отличается «рейтинг доверия» от «электорального рейтинга»?
41. Что влияет на формирование мотивации к голосованию у избирателя? Приведите примеры.
42. Раскройте сущность понятий «социальные рефлексy» и «социальные релизеры».
43. Назовите и охарактеризуйте можели голосования электората.
44. Назовите две группы потребностей, удовлетворяемых избирателем при голосовании.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству доклад, сообщение

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Доклад (сообщение) представлен(о) на высоком уровне (студент в полном объеме осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, владеет профильным понятийным (категориальным) аппаратом и т.п.)
4	Доклад (сообщение) представлен(о) на среднем уровне (студент в целом осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, допустив некоторые неточности и т.п.)
3	Доклад (сообщение) представлен(о) на низком уровне (студент допустил существенные неточности, изложил материал с ошибками, не владеет в достаточной степени профильным категориальным аппаратом и т.п.)
2	Доклад (сообщение) представлен(о) на неудовлетворительном

	уровне или не представлен (студент не готов, не выполнил задание и т.п.)
--	--

Вопросы к контрольным работам:

Тема 1.

Понятие и история становления избирательных технологий.

1. Роль избирательных технологий в XXI веке.
2. Избирательная кампания как важнейшая часть политического процесса.
3. Политический маркетинг.

Практическое задание. Охарактеризуйте политические технологии как форма социальной инженерии?

Тема 2.

Понятие и виды избирательных кампаний.

1. Технологии реализации публичной политики..
2. Традиционный и радикальный подходы к пониманию сущности и природы выборов..
3. Параметры избирательной кампании (уровень, масштаб, тип).

Практическое задание. Дайте определение понятиям «параллельные кампании», «сшивки» кампаний.

Тема 3.

Концептуально-системный подход к избирательным процессам.

1. Идеологическая и ценностная подоплека избирательных процессов.
2. Концептуальное, психологическое и имиджевое наполнение избирательных кампаний.
3. Модели электорального поведения как основа стратегического планирования

Практическое задание. Ресурсы избирательной кампании: концептуально-смысловые, идеологические, финансовые, информационно-коммуникационные, кадровые, организационные и др.

Тема 4.

Основные акторы избирательных процессов.

1. Субъект-объектные и субъект-субъектные отношения в рамках избирательных процессов.
2. Лидерство как социальное явление.
3. Дифференцированный подход к изучению предпочтений целевых групп.

Практическое задание. Как выясняются и определяются ценности, потребности, социальные стереотипы избирателей и их учет в избирательных кампаниях?

Тема 5.

Модели кампании. Изучение округа и информационно-аналитическое сопровождение избирательной кампании.

1. Модели избирательных кампаний.
2. Оценка политического ландшафта.
3. Формализация целей избирательной кампании.
4. Типы электорального поведения.

Практическое задание. Опишите особенности электоральное поведение постсоветских избирателей?

Тема 6.

Кандидат и его команда. Формирование штаба.

1. Управление избирательной кампанией.
2. Функции и структура штаба.
3. Организация постоянного контакта со средствами массовой информации

Практическое задание. Перечислите основные задачи, стоящие перед штабом во время работы штаба в день голосования.

Тема 7.

Определение стратегии избирательной кампании.

1. Понятие стратегии и тактики избирательной кампании.
2. Стратегическое планирование.
3. Выделение адресных групп

Практическое задание. Суть географического и демографического «прицеливания».

Тема 8.

Программа кандидата и особенности ее формирования.

1. Разработка «месседжа» кампании.
2. Выбор вопроса, значимого для избирателей.
3. Определение важности вопроса и позиция кандидата.

Практическое задание. Каким образом можно наиболее эффективно использовать партийную принадлежность кандидата в избирательной кампании?

Тема 9.

Тактические технологии в избирательной кампании. Тактика работы с конкурентами и противниками в избирательной кампании.

1. Информационно-коммуникативные технологии.
2. Подготовка и распространение политической рекламы в ходе избирательной кампании.
3. «Организация выступлений кандидата перед избирателями.
4. Работа со средствами массовой информации.

5. Антитехнологии как метод манипуляции сознанием людей
Практическое задание. Перечислите варианты и инструменты защиты от «грязных» политических технологий.

Тема 10.

План работы с избирателями и претворение его в жизнь.

1. Правило ограниченных ресурсов
2. Методы работы с избирателями.
3. Работа предвыборный штаба кампании в день выборов.

Практическое задание. Опишите принципы и алгоритм кампании «от двери к двери».

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству контрольная работа

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Контрольная работа выполнена на высоком уровне (правильные ответы даны на 90-100% вопросов/задач)
4	Контрольная работа выполнена на среднем уровне (правильные ответы даны на 75-89% вопросов/задач)
3	Контрольная работа выполнена на низком уровне (правильные ответы даны на 50-74% вопросов/задач)
2	Контрольная работа выполнена на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем на 50%)

Творческие задания:

1) Презентации по темам семинарских занятий:

- ТЕМА 1. Предмет и задачи курса. История возникновения избирательного права.
 ТЕМА 2. Избирательная кампания как важнейшая часть политического процесса.
 ТЕМА 3. Теория политических технологий. Политический маркетинг.
 ТЕМА 4. Концептуальное, психологическое и имиджевое наполнение избирательных кампаний.
 Электорат и электоральная активность. Механизмы выделения целевых групп.
 ТЕМА 5 Изучение округа.
 ТЕМА 6. Модели избирательных кампаний и стратегий
 ТЕМА 7. Управление избирательной кампанией.
 ТЕМА 8. Программа кандидата и разработка «месседжа» кампании.
 ТЕМА 9. Тактические технологии в избирательной кампании.

2) Эссе.

Студенты должны разработать и описать политический проект, связанный с любым политическим событием местного, регионального или федерального уровня. Эссе должно содержать оценку социально-экономической и политической ситуации накануне политического события, описание основных участников события, их интересов и стратегий, основные мероприятия, ресурсы, последствия для города, региона, страны.

3) Кейс.

Кейс содержит описание одной из избирательных кампаний выборов в Государственную думу РФ или выборов Президента РФ за период 1992-2019 гг. Студентам предлагается проанализировать избирательные кампании и определить основные подходы к разработке и реализации стратегии и основные тактические приемы, используемые партией (кандидатом).

4) Письменная работа

Письменная работа: «Политическая компания политического лидера»
Составьте избирательную кампанию одного из современных политиков.
При выполнении работ необходимо сделать следующее:

- I. Дайте краткую биографическую справку (основной акцент необходимо сделать на политической карьере лидера и фактах биографии, которые оказали существенное влияние на его политическую карьеру)
- II. Опишите положение политика на данный момент, дайте краткое описание того, как к нему относятся разные группы населения
- III. Опишите основную цель кампании (на какой результат вы ориентируетесь?)
- IV. Выберите и опишите целевую группу (группы), на которую вы будете ориентироваться при реализации данной кампании
- V. Выберите методы сбора информации об отношении данной целевой группы к политику;
- VI. Определите стратегию кампании и конкретные мероприятия, которые вы будете проводить для достижения своей цели, аргументируйте свой выбор, опишите эффект, который вы ожидаете от каждого мероприятия, укажите, с какими трудностями вы можете столкнуться, как вы будете их преодолевать или обходить;
- VII. Оценить его ресурсы (политический, административный, информационный, организационный, финансовый, материально-технический, личностный), которые могут потребоваться при реализации выбранных мероприятий.

5) Деловая игра

В рамках дисциплины проводится деловая игра «Выборы президента ЛНУ», в процессе которой студенты формируют партии, разрабатывают символику партии, стратегию избирательной кампании, выдвигают кандидатов в президенты, реализуют различные агитационные мероприятия. Финалом

деловой игры является процедура выборов и инаугурация избранного президента.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству творческое задание

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Творческое задание выполнено на высоком уровне
4	Творческое задание выполнено на среднем уровне
3	Творческое задание выполнено на низком
2	Творческое задание выполнено на неудовлетворительном уровне или не выполнено

Оценочные средства для промежуточной аттестации (экзамен)

1. Избирательное право и его реализация в зависимости от политического режима и уровня развития гражданского общества.
2. Активное и пассивное избирательное право.
3. Соотношение понятий избирательной кампании, предвыборной кампании и выборов.
4. . Параметры избирательной кампании (уровень, масштаб, тип). Параллельные кампании, «сшивки» кампаний.
5. Основы стратегического мышления в избирательных кампаниях.
6. Модели электорального поведения как основа стратегического планирования.
7. Ресурсы избирательной кампании: концептуально-смысловые, идеологические, финансовые, информационно-коммуникационные, кадровые, организационные и др.
8. Ситуационно-ресурсный анализ. Оптимизация ресурсов кампании как основа стратегического планирования.
9. Основные акторы избирательных процессов.
10. Кандидат (человек, партия, позиция на референдуме), как субъект избирательной кампании.
11. Стратегия построения имиджа кандидата в избирательной кампании.
12. Политическая реклама, ее формы и виды.
13. Основные функции политической рекламы.
14. Мотивы, ценности потребности субъекта ИК.
15. Электорат и электоральная активность.
16. Ожидаемая явка. Расчет количества голосов, необходимых для победы.

17. Понятие «целевой группы».
18. Механизмы выделения целевых групп. Дифференцированный подход к изучению предпочтений целевых групп.
19. Ценности, потребности, социальные стереотипы избирателей и их учет в избирательных кампаниях.
20. Особенности формирования штаба.
21. Общие подходы к структуре команды.
22. Функции и структура штаба.
23. Выбор доверенных лиц кандидата.
24. Организация постоянного контакта со средствами массовой информации.
25. Работа штаба в день голосования.
26. Информационно-аналитическое сопровождение избирательной кампании.
27. Тактический рисунок избирательной кампании.
28. Программа кандидата и особенности ее формирования.
29. Модели электората и стратегии избирательной кампании.
30. Тактика работы с конкурентами и противниками в избирательной кампании.
31. Кампания «от двери к двери».
32. Применение социологических методов в ИК.
33. Фокус-группы как метод изучения электорального поля.
34. Социологические исследования как метод изучения электорального поля.
35. Особенности формирования имиджевой концепции кандидата.
36. Выбор медиастратегии.
37. Реклама и СМИ в избирательной кампании.
38. Подведение итогов ИК.
39. Мониторинг эффективности ИК.
40. Организация наблюдения за выборами.
41. Контроль за ходом голосования и подсчетом голосов. Подведение итогов кампании.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству промежуточный контроль (экзамен)

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
отлично (5)	Студент глубоко и в полном объёме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при выполнении практических задач.
хорошо (4)	Студент знает программный материал, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях или незначительное количество ошибок. При этом владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических задач.
удовлетворительно (3)	Студент знает только основной программный материал, допускает неточности, недостаточно чёткие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. При этом недостаточно владеет умениями и навыками при выполнении практических задач. Допускает до 30% ошибок в излагаемых ответах.
неудовлетворительно (2)	Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы

Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобрены изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)

Экспертное заключение


Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) по дисциплине «*Электоральные технологии*» соответствует требованиям ФГОС ВО.

Предлагаемые формы и средства текущего и промежуточного контроля адекватны целям и задачам реализации основной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление.

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающегося представлены в полном объеме.

Виды оценочных средств, включенные в представленный фонд, отвечают основным принципам формирования ФОС.

Разработанный и представленный для экспертизы фонд оценочных средств рекомендуется к использованию в процессе подготовки обучающихся по указанному направлению.

Председатель учебно-методической
комиссии кафедры государственного управления  Волошинова Н. А.