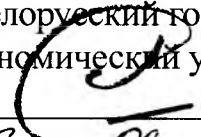


Учреждение образования
«Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
«Белорусский государственный
экономический университет»

 А.В. Егоров

« 30 » 06 2025 г.

Регистрационный № УД 6641-25 /уч.

ОРГАНИЗАЦИЯ ИЗБИРАТЕЛЬНЫХ КАМПАНИЙ

Учебная программа учреждения образования
по учебной дисциплине для специальности
6-05-0312-01 «Политология»

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта общего высшего образования: ОСВО 6-05-0312-01-2023 и учебного плана по специальности 6-05-0312-01 «Политология».

СОСТАВИТЕЛЬ:

Е.И. Солтыс, старший преподаватель кафедры политологии учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

А.В. Ерошевич, доцент кафедры экономической истории учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат исторических наук, доцент;

К.В. Шевченко, профессор кафедры правовых дисциплин Филиала РГСУ в г. Минске, доктор исторических наук, доцент.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой политологии учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол № 14 от 21.05.2025);

Методической комиссией по учебным дисциплинам социально-гуманитарного модуля, по специальностям «Психология», «Социология», «Политология (по направлениям)», «Политология», «Философия», «Экономика» с профилизациями «Экономическая психология», «Экономическая социология»
(протокол № 4 от 30.05.2025);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол № 6 от 25.06 2025)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа по учебной дисциплине «Организация избирательных кампаний» направлена на изучение особенностей организации и проведения избирательного процесса. Избирательный процесс выступает ключевым фактором идейно-политической жизни демократического общества. Именно политические выборы позволяют обеспечить участие граждан в формировании органов законодательной, исполнительной и судебной власти, реализовать политические права граждан. В процессе выборов формируются и легитимируются политические институты, реализуются принципы демократии, такие, как принцип суверенитета народа, принцип принятия решений по большинству, принцип периодической выборности органов государственной власти. Актуальность данного курса, таким образом, обусловлена необходимостью приобретения студентами-политологами знаний и навыков в вопросах проведения политических выборов, а также организации избирательных кампаний кандидатов, что, в свою очередь, максимально приближает проблематику курса к политической практике.

Цель преподавания дисциплины «Организация избирательных кампаний» – формирование комплексного знания о выборах, избирательном праве, избирательных системах, а также формирование навыков, связанных с организацией и проведением избирательных кампаний.

Достижение поставленной цели предполагает решение следующих **задач**:

- сформировать прочную базу знаний, касающихся организации и проведения избирательных кампаний различного уровня на основе изучения мирового и отечественного опыта, достижений политического маркетинга;
- дать анализ основных понятий избирательного маркетинга, сформировать соответствующие компетенции – предметные и операциональные;
- раскрыть содержание основных стратегических и тактических аспектов избирательной кампании как специфического политического процесса;
- способствовать утверждению гражданственности, активной личной позиции будущих специалистов.

В результате изучения учебной дисциплины «Организация избирательных кампаний» формируются следующая **компетенция**:

специализированная:

характеризовать коммуникативными технологиями взаимодействия с общественностью; уметь применять методы и технологии проведения избирательных кампаний.

В результате изучения дисциплины обучаемый должен **знать**:

- базовые принципы избирательного права;
- типы и особенности избирательных систем;
- стадии избирательного процесса;
- особенности избирательных процедур и избирательных действий;
- функции и типы избирательных комиссий;
- структуру избирательной кампании;

- сущность и методы стратегии и тактики избирательной кампании;
- основы проектирования и управления избирательными кампаниями.

уметь:

- осуществлять избирательные действия и избирательные процедуры, как в составе государственных избирательных структур, так и в составе предвыборных штабов;
- осуществлять комплекс мероприятий по организации и проведению избирательной кампании;
- формировать, анализировать и использовать ресурсы избирательной кампании.
- принимать тактические решения в ходе избирательной кампании;

иметь навык:

- сбора и анализа информации в ходе избирательной кампании на различных уровнях;
- формирования стратегии избирательной кампании;
- осуществления рекламно-агитационной и организационно-массовой деятельности в ходе избирательной кампании;
- взаимодействия со СМИ.

В рамках образовательного процесса по данной учебной дисциплине студент должен приобрести не только теоретические и практические знания, умения и навыки по специальности, но и развивать свой ценностно-личностный, духовный потенциал, сформировать качества патриота и гражданина, готового к активному участию в экономической, производственной, социально-культурной и общественной жизни страны.

Учебная дисциплина относится к дисциплинам профилизации «Политический менеджмент» компонента учреждения образования.

Учебная дисциплина важна для усвоения знаний, умений и навыков, необходимых для изучения таких учебных дисциплин, как «Политический менеджмент, маркетинг и реклама», «Политические коммуникации».

Форма получения образования – дневная.

Учебная программа рассчитана на 94 часа, в том числе: 48 аудиторных часов, из них: лекции – 22 часа, семинарские занятия – 26 часов.

Распределение аудиторного времени по курсам и семестрам:

5 семестр - лекции – 22 часа, семинарские занятия – 26 часов.

Самостоятельная работа студента – 46 часов.

Трудоемкость – 3 з.е.

Форма промежуточной аттестации – зачёт.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Избирательное право: принципы и виды.

Избирательное право: принципы и виды. Активное и пассивное избирательное право. Избирательные цензы. Избирательные системы и их типы. Достоинства и недостатки мажоритарной и пропорциональной избирательных систем.

Тема 2. Избирательные системы и избирательный процесс.

Избирательные системы и избирательный процесс. Стадии избирательного процесса и их функциональное назначение. Избирательные процедуры и избирательные действия. Избирательное законодательство. Избирательные комиссии и их типы. Функции избирательных комиссий. Избирательная кампания и избирательные технологии.

Тема 3. Структура избирательной кампании. Ресурсы избирательной кампании.

Этапы избирательной кампании. Институты, участвующие в избирательной кампании. Процессы избирательной кампании. Финансовые ресурсы избирательной кампании. Кадровый ресурс избирательной кампании. Организационные ресурсы избирательной кампании.

Тема 4. Модели электората и основные подходы к формированию стратегии.

Модели электората и основные подходы к формированию стратегии, подвижность избирателей, тенденции изменения электоральных предпочтений. Модель доминирующего стереотипа. Цели и задачи избирательной кампании. Ключевые идеи кампании. Анализ обстановки. Установка избирательной кампании. Модель доминирующего стереотипа.

Тема 5. Положительный образ кандидата (партии) как основа стратегии избирательной кампании.

Подвижность избирателей, тенденции изменения электоральных предпочтений. Модель доминирующего стереотипа. Положительный образ кандидата (партии) как основа стратегии избирательной кампании. Основа стратегии избирательной кампании при многовариантных выборах. Ядро положительного образа. Методы расширения электоральной базы положительного образа. Второй тур голосования и проблема антиобраза. Проблема узнаваемости. Стратегия на отождествление. Построение кампании на контрходе.

Тема 6. Стратегия кампании и активность избирателей. Тематика кампании.

Стратегия кампании и активность избирателей. Подходы к выявлению особенностей электората. Тематика кампании. Стратегии по отношению к

конкурентам. Стратегические характеристики кампании. Построение стратегии кампании, исходя из особенностей целевых групп. Адресное построение кампании как стратегическая проблема.

Тема 7. Тактический рисунок кампании и принцип тотальности.

Тактический рисунок кампании и принцип тотальности, концепция и планирование избирательной кампании. Диагностика кандидата и избирателей. Фокус-группы. Направления кампании. Приоритетность направлений. Основные мероприятия кампании.

Тема 8. Агитационно-рекламное направление в избирательной кампании.

Решаемые задачи и особенности направления. Формирование и поддержка имиджа кандидата. Фирменный стиль и основные агитационные материалы. Прямая реклама в СМИ. Косвенная реклама в СМИ. Скандалы как информационный повод. Наружная реклама и распространяемые агитационные материалы. Нестандартные формы агитации. Организация работы пресс-службы и другие задачи направления.

Тема 9. Оргмассовое направление в избирательной кампании.

Задачи направления и его роль в избирательной кампании. Формирование команды. Основные принципы непосредственной работы с избирателями. Кампания «от двери к двери». Телефонное внедрение. Адресная рассылка и базы данных по избирателям. Встречи кандидата с избирателями. Массовые мероприятия. Другие мероприятия направления.

Тема 10. Информационно-аналитическое обеспечение.

Решаемые задачи и особенности направления. Аналитика избирательной кампании. Задачи социологии и рекомендации по организации исследований. Первый социологический анализ округа (пристрелка). Мониторинг и моделирующие исследования.

Тема 11. Связи с внешними организациями. Юридическое, техническое и финансовое обеспечение.

Связи с внешними организациями при организации избирательной кампании. Юридическое и техническое обеспечение избирательной кампании. Финансовое обеспечение избирательной кампании.

Тема 12. Штаб избирательной кампании и его задачи. Проектирование избирательных кампаний.

Задачи направления избирательной кампании. Структура штаба. Модификации структуры штаба. Формирование штаба. Проблема устойчивости штаба. Проектная документация. Уточнения и коррекции проекта кампании. Разработка стратегии. Разработка тактики. План-график избирательной кампании.

Тема 13. Спецпроекты избирательной кампании.

Проект рекламной кампании. Уточнения и корректировки проекта кампании. Ускоренное проектирование. Спецпроекты избирательной кампании и акции контрпропаганды.

Тема 14. Назначение параллельных кампаний. Проблемы параллельных кампаний и подходы к их решению.

Назначение параллельных кампаний. Проблемы параллельных кампаний и подходы к их решению. Стратегическая и тактическая сшивка кампаний разного уровня. Подготовка параллельных кампаний.

Тема 15. Понятие «грязных» избирательных технологий. Типовые «грязные» технологии.

Понятие «грязных» избирательных технологий. Типовые «грязные» технологии. Административный ресурс и «грязные» технологии. Типовые «грязные» технологии. Основные принципы и способы борьбы с «грязными» технологиями.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ «ОРГАНИЗАЦИЯ ИЗБИРАТЕЛЬНЫХ КАМПАНИЙ»

Дневная форма получения высшего образования

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов							Литература	Формы контроля знаний
		лекции	практические занятия	семинарские занятия	лабораторные занятия	Количество часов управляемой самостоятельной работы				
						лекции	практические занятия	семинарские занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	11	12
5 семестр										
Тема 1	Семинарское занятие. Избирательное право: принципы и виды			2					[1,3,4,6,8,9,10,11,12,13]	презентации, доклады, рефераты, учебное задание
Тема 2	Избирательные системы и избирательный процесс	2							[1,5,6,9,10,11,12,14]	опрос, экспресс-опрос
Тема 3	Структура избирательной кампании. Ресурсы избирательной кампании			2					[1.2.4,5,7,8,10,12,13]	презентации, доклады, рефераты, учебное задание
Тема 4	Модели электората и основные подходы к формированию стратегии.	2							[1,2,4,5,7,8,10,12,13]	опрос, экспресс-опрос
	Модели электората и основные подходы к формированию стратегии.			2					[1,2,4,5,7,8,10,12,13]	презентации, доклады, рефераты, учебное задание
Тема 5	Положительный образ кандидата (партии) как основа стратегии избирательной кампании.	2							[1,2,3,4,5,8,9,11,12]	опрос, экспресс-опрос
	Положительный образ кандидата (партии) как основа стратегии избирательной кампании.			2					[1,2,3,4,5,8,9,11,12]	презентации, доклады, рефераты, учебное задание
Тема 6	Стратегия кампании и активность избирателей. Тематика кампании.	2							[1,2,3,4,5,8,9,10,11,12,15]	опрос, экспресс-опрос
	Стратегия кампании и активность избирателей. Тематика кампании.			2					[1,2,3,4,5,8,9,10,11,12,15]	презентации, доклады, рефераты, учебное задание
Тема 7	Тактический рисунок кампании и принцип тотальности	2							[1,3,4,10,12]	опрос, экспресс-опрос
Тема 8	Агитационно-рекламное направление в избирательной кампании			2					[1.2.3.4,5,8,9,10,11,12,15]	презентации, доклады, рефераты, учебное задание
Тема 9	Оргмассовое направление в избирательной кампании	2							[1.2.3.4,5,8,9,10,11,12,15]	опрос, экспресс-опрос
	Оргмассовое направление в избирательной кампании			2					[1.2.3.4,5,8,9,10,11,12,15]	презентации, доклады, рефераты, учебное задание

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов							Литература	Формы контроля знаний
		лекции	практические занятия	семинарские занятия	лабораторные занятия	Количество часов управляемой самостоятельной работы				
						лекции	практические занятия	семинарские занятия		
Тема 10	Информационно-аналитическое обеспечение	2							[1,2,3,4,5,8,9,10,11, 12,15]	опрос, экспресс-опрос
	Информационно-аналитическое обеспечение			2					[1,2,3,4,5,8,9,10,11, 12,15]	презентации, доклады, рефераты, учебное задание
Тема 11	Связи с внешними организациями. Юридическое, техническое и финансовое обеспечение	2							[1,2,3,4,6,10,11,12]	опрос, экспресс-опрос
	Связи с внешними организациями. Юридическое, техническое и финансовое обеспечение			2					[1,2,3,4,6,10,11,12]	презентации, доклады, рефераты, учебное задание
Тема 12	Штаб избирательной кампании и его задачи. Проектирование избирательных кампаний	2							[1,2,3,4,6,10,11,12]	опрос, экспресс-опрос
	Штаб избирательной кампании и его задачи. Проектирование избирательных кампаний.			2					[1,2,3,4,6,10,11,12]	презентации, доклады, рефераты, учебное задание
Тема 13	Спецпроекты избирательной кампании			2					[1,2,3,4,6,10,11,12]	презентации, доклады, рефераты, учебное задание
Тема 14	Назначение параллельных кампаний. Проблемы параллельных кампаний и подходы к их решению	2							[1,2,3,4,6,10,11,12]	опрос, экспресс-опрос
	Назначение параллельных кампаний. Проблемы параллельных кампаний и подходы к их решению			2					[1,2,3,4,6,10,11,12]	презентации, доклады, рефераты, учебное задание
Тема 15	Понятие «грязных» избирательных технологий. Типовые «грязные» технологии	2							[1,2,3,4,6,10,11,12]	опрос, экспресс-опрос
	Понятие «грязных» избирательных технологий. Типовые «грязные» технологии			2					[1,2,3,4,6,7,9,10,11, 12]	презентации, доклады, рефераты, учебное задание
Итого 5 семестр		22		26						Зачёт
Всего часов		22		26						

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Литература

Основная:

1. Алексеев, Р. А. Избирательное право, избирательный процесс и технологии : учебник / Р. А. Алексеев. – Москва : ИНФРА-М, 2025. – 175 с. – (Высшее образование). – DOI 10.12737/2135824. – ISBN 978-5-16-019750-0.-Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2135824> (дата обращения: 03.04.2025). – Режим доступа: по подписке.
2. Каминская, Т. Л. Медиа и процесс выборов: борьба за мандат : учебное пособие / Т. Л. Каминская, П. Б. Салин. – Москва : КноРус, 2024. – 96 с. – ISBN 978-5-406-13171-8. – URL: <https://book.ru/book/954503> (дата обращения: 01.04.2025). – Текст : электронный.
3. Кравцов, В. В. Избирательные кампании и СМИ : учебник / В. В. Кравцов. – Москва : КноРус, 2024. – 267 с. – ISBN 978-5-406-13426-9. – URL: <https://book.ru/book/954531> (дата обращения: 03.04.2025). – Текст : электронный.
4. Малишевский, Н. Н. Политические технологии в системе управления социумом : учебно-методическое пособие / Н. Н. Малишевский. – Минск : РИВШ, 2020. – 227 с.

Дополнительная:

5. Боярских, А.Б.. Избирательные технологии - вера или разум? Механизмы социального регулирования электорального поведения : монография / А.Б. Боярских. – Москва : Палеотип, 2004. – 47 с. – ISBN 978-5-94727-118-4. – URL: <https://book.ru/book/901192> (дата обращения: 03.04.2025). – Текст : электронный.
6. Выборы в Беларуси : кратко о главном. – Минск : Беларусь, 2023. – 91, [3] с.
7. Ильясов, Ф. Н. Политический маркетинг. Искусство и наука побеждать на выборах / Ф. Н. Ильясов. – М.: ИМА-пресс, 2000.
8. Козыренко, Н. П. Политический пиар и избирательные кампании: пособие: для студентов учреждений высшего образования специальности 2-й ступени высшего образования 1-26 81 15 "Политический анализ и политтехнологии в медиасфере" / Н. П. Козыренко. – Минск : Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2016. – 198, [1] с.
9. Куневич, Г. Г. Выборы: правовые основы, избирательные технологии. / Г. Г. Куневич. – Минск: «Тесей», 2000.
10. Малкин, Е., Основы избирательных технологий и партийного строительства / Е. Малкин, Е. Сучков. – 5-е изд. – М.: SPSL– «Русская панорама», 2003.
11. Матейкович, М. С. Избирательное право и избирательный процесс: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению "Юриспруденция" / М. С. Матейкович. – Москва : Норма, Инфра-М, 2010. – 287 с.
12. Соболевская, О. А. Организация избирательных кампаний: курс лекций: [для студентов заочной формы обучения специальности "Политология"] / О. А. Соболевская. – Минск : БИП — Институт правоведения, 2019. – 85 с.
13. Управление избирательной кампанией: политико-правовой анализ : учебное пособие / М. А. Бурда, О. Е. Гришин, Х. А. Гаджиев [и др.] ; под ред. М. А. Бурды, О. Е. Гришина, Е. С. Шевченко. – Москва : Русайнс, 2024. – 164 с. – ISBN

978-5-466-07744-5. – URL: <https://book.ru/book/955500> (дата обращения: 03.04.2025). – Текст : электронный.

14. Федотова, Ю. Г. Избирательные системы зарубежных стран : учебник / Ю. Г. Федотова. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : ИНФРА-М, 2023. – 263 с. – (Высшее образование). – DOI 10.12737/1989251. - ISBN 978-5-16-018381-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1989251> (дата обращения: 03.04.2025). – Режим доступа: по подписке.

15. Федоров, В. И. Электронное голосование: российский и зарубежный опыт : монография / В. И. Федоров. – Москва : ИНФРА-М, 2024. – 237 с. – (Научная мысль). – DOI 10.12737/1906057. - ISBN 978-5-16-018036-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2116739> (дата обращения: 03.04.2025). – Режим доступа: по подписке.

Электронные ресурсы:

16. Бардыгина, А. М. Права и обязанности СМИ в избирательной кампании: сравнительный анализ / А. М. Бардыгина // Дни науки и инноваций НовГУ : Сборник статей студентов и молодых ученых. В 4-х частях. – Великий Новгород : Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого, 2023. – С. 146-151. – URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_65614680_56344125.pdf (дата обращения: 03.04.2025). – Текст : электронный.

17. Гришаева, Л. И. Манипулятивные техники и способы поддержания власти в медиадискурсе / Л. И. Гришаева // Дискурсы власти : Коллективная монография. – Орел : Орловский государственный институт культуры, 2015. – С. 208-238. – URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_25889926_58323037.pdf (дата обращения: 03.04.2025). – Текст : электронный.

18. Ефременко, В. Л. Организация избирательных кампаний: электронный учебно-методический комплекс для студентов специальности 1-23 01 06 "Политология (по направлениям)" / В. Л. Ефременко, П. В. Турунцев // Электронная библиотека БГЭУ. – URL: <http://edoc.bseu.by:8080/handle/edoc/13713> (дата обращения: 03.04.2025).

19. Камнев, Д. Г. Социальные сети как инструмент политических технологий в избирательных кампаниях (на примере выборов президента Российской Федерации в 2012 г.) / Д. Г. Камнев // Государство и общество в пространстве власти и политических коммуникаций : Политическая наука: Ежегодник 2013 / Российская ассоциация политической науки. – Москва : Издательство "Политическая энциклопедия", 2013. – С. 184-205. – URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_35378054_13667733.pdf (дата обращения: 03.04.2025). – Текст : электронный.

20. Меренков, А. А. Манипулятивные технологии в политических коммуникациях избирательных кампаний / А. А. Меренков // Студенческие чтения : Сборник статей. Том Выпуск 13. – Чита : Забайкальский государственный университет, 2021. – С. 230-236. – URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_46501158_10263345.pdf (дата обращения: 03.04.2025). – Текст : электронный.

21. Медведева, Н. Е. Эволюция медиаимиджа политического лидера / Н. Е. Медведева // Славянский мир и национальная речевая культура в современной коммуникации : Сборник научных статей, посвящённый 160-летию со дня рождения академика Евфимия Фёдоровича Карского, 80-летию филологического факультета Гродненского государственного университета имени Янки Купалы и 80-летию Гродненского государственного университета имени Янки Купалы. В 2-х частях. –

Гродно : Гродненский государственный университет имени Янки Купалы, 2020. – С. 337-346. – URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_44358951_92435586.pdf (дата обращения: 03.04.2025). – Текст : электронный.

22. Проблемы избирательного процесса / В. В. Попадейкин, А. А. Соловьев, Е. В. Розанова, С. Ю. Нарциссова. – Москва : Общество с ограниченной ответственностью "Эдитус", 2021. – 264 с. – ISBN 978-5-00149-636-6. – URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_46234114_51779305.pdf (дата обращения: 03.04.2025). – Текст : электронный.

23. Патрахина, Т. Н. Управление предвыборной кампанией: теория и практика / Т. Н. Патрахина, Е. С. Долгина. – Нижневартовск : Нижневартовский государственный университет, 2017. – 78 с. – ISBN 978-5-00047-415-0. – URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_36915654_22179391.pdf (дата обращения: 03.04.2025). – Текст : электронный.

24. Самойлик, И. В. Информационные технологии в российских избирательных кампаниях / И. В. Самойлик // Математические методы и модели в управлении, экономике и социологии : Сборник научных трудов. Том Выпуск 7. – Тюмень : Тюменский государственный нефтегазовый университет, 2013. – С. 124-130. – URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_23227390_85022561.pdf (дата обращения: 03.04.2025). – Текст : электронный.

25. Тарасенко, Т. П. Словарь избирательной кампании / Т. П. Тарасенко ; Кубанский государственный университет. – Краснодар : ООО "Просвещение-Юг", 2016. – 586 с. – ISBN 978-5-93491-727-3. – URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_27444426_35759866.pdf (дата обращения: 03.04.2025). – Текст : электронный.

26. Электоральный выбор: смысловые ориентиры и организационные инструменты / А. А. Соловьев, Е. В. Розанова, С. Ю. Нарциссова, В. В. Попадейкин. – Москва : Академия МНЭПУ, 2020. – 304 с. – URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_42992797_63350655.pdf (дата обращения: 03.04.2025). – Текст : электронный.

Нормативные правовые акты

27. Конституция Республики Беларусь : с изменениями и дополнениями, принятыми на республиканских референдумах 24 ноября 1996 г., 17 октября 2004 г. и 27 февраля 2022 г. – Минск : Национальный центр правовой информации Республики Беларусь, 2022. – 77, [2] с.

28. Избирательный кодекс Республики Беларусь : [принят Палатой представителей 24 января 2000 г. : одобрен Советом Республики 31 января 2000 г.] : по состоянию на 9 ноября 2023 г. – Минск : Национальный центр правовой информации Республики Беларусь, 2024. – 223, [1] с.

29. О политических партиях : Закон Республики Беларусь от 05 окт.1994 г. N 3266-XII : в ред. от 14 февр. 2023 г. // iLex : информ. правовая система (дата обращения: 03.04.2025).

30. Об общественных объединениях : Закон Республики Беларусь от 04 окт.1994 г. N 3254-XII : в ред. от 14 февр. 2023 г. // iLex : информ. правовая система (дата обращения: 03.04.2025).

Интернет-ресурсы:

31. Национальная библиотека Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nlb.by>.

32. Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь. Pravo.by [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pravo.by>.

Перечень вопросов для проведения зачета

1. Избирательное право: принципы и виды
2. Избирательные цензы
3. Избирательные системы и их типы
4. Достоинства и недостатки мажоритарной и пропорциональной избирательных систем
5. Избирательные системы и избирательный процесс
6. Стадии избирательного процесса и их функциональное назначение
7. Избирательные комиссии и их типы. Функции избирательных комиссий
8. Модели электората и основные подходы к формированию стратегии
9. Цели и задачи избирательной кампании. Ключевые идеи кампании
10. Положительный образ кандидата (партии) как основа стратегии избирательной кампании
11. Методы расширения электоральной базы положительного образа
12. Стратегия кампании и активность избирателей
13. Тематика избирательной кампании
14. Стратегии по отношению к конкурентам
15. Стратегические характеристики кампании
16. Тактический рисунок кампании и принцип тотальности, концепция и планирование избирательной кампании
17. Диагностика кандидата и избирателей. Фокус-группы
18. Агитационно-рекламное направление в избирательной кампании, наглядная агитация и реклама
19. Оргмассовое направление в избирательной кампании
20. Модели электората и основные подходы к формированию стратегии
21. Цели и задачи избирательной кампании. Ключевые идеи кампании
22. Положительный образ кандидата (партии) как основа стратегии избирательной кампании
23. Тактический рисунок кампании и принцип тотальности, концепция и планирование избирательной кампании
24. Агитационно-рекламное направление в избирательной кампании, наглядная агитация и реклама
25. Оргмассовое направление в избирательной кампании
26. Фирменный стиль кампании
27. Информационно-аналитическое обеспечение избирательной кампании
28. СМИ в избирательных кампаниях
29. Технологии манипулирования массовым сознанием в контексте избирательной кампании
30. Радио и телевидение в избирательных кампаниях
31. Использование Internet-технологий в избирательных кампаниях
32. Связи с внешними организациями
33. Юридическое, техническое и финансовое обеспечение избирательных кампаний
34. Штаб избирательной кампании и его задачи

35. Проектирование избирательных кампаний
36. Уточнения и коррекции проекта кампании
37. Спецпроекты избирательной кампании
38. Назначение параллельных кампаний, цели и задачи параллельных кампаний
39. Проблемы параллельных кампаний и подходы к их решению
40. Стратегическая и тактическая сшивка кампаний разного уровня
41. Понятие «грязных» избирательных технологий
42. Административный ресурс и «грязные» технологии
43. Основные принципы и способы борьбы с «грязными» технологиями
44. СМИ в избирательных кампаниях
45. Понятие «грязных» избирательных технологий
46. Использование Internet-технологий в избирательных кампаниях
47. Радио и телевидение в избирательных кампаниях
48. Фирменный стиль кампании

Перечень тем рефератов

1. Избирательные цензы: сравнительный анализ избирательных систем США и РБ.
2. Достоинства и недостатки мажоритарной и пропорциональной избирательных систем (сравнительный анализ на примере избирательных систем РБ и Украины).
3. Особенности избирательного процесса в смешанной избирательной системе (на примере Германии).
4. Правовое обеспечение избирательного процесса в РБ.
5. Электоральные предпочтения в регионах РБ (РФ), на примере прошедших выборов.
6. Формирование и расширение электоральной базы положительного образа на президентских выборах в РФ в 1996 (2000) гг.
7. Применение стратегии отождествления в президентской кампании в РФ в 2008 г.
8. Стратегии в отношении конкурентов на президентских выборах в США в 2008 г.
9. Этапы предвыборной кампании.
10. Имидж кандидата, как элемент успеха предвыборной кампании.
11. Технологии воздействия на общественное мнение через СМИ.
12. Скандалы в технологиях предвыборной кампании.
13. Технологии применения наружной рекламы в избирательных кампаниях.
14. Массовые мероприятия предвыборной кампании.
15. Формирование и структура избирательного штаба (на примере избирательного штаба конкретного кандидата или партии на выбор).
16. Контрпропагандистские акции в предвыборной кампании (на примере президентских выборов в РФ 1996 г.).
17. Основные подходы к решению проблем параллельных кампаний.
18. Подготовка параллельных кампаний на примере парламентских выборов в Великобритании в 2010 г.
19. Основные способы фальсификации итогов выборов.
20. Технологии применения административного ресурса в избирательной кампании.
21. Черный PR и его использование в избирательных кампаниях.

Организация самостоятельной работы студентов

Для получения компетенций по учебной дисциплине важным этапом является самостоятельная работа студентов.

На самостоятельную работу обучающегося дневной формы получения образования отводится 46 часов.

Содержание самостоятельной работы обучающихся включает все темы учебной дисциплины из раздела «Содержание учебного материала».

При изучении учебной дисциплины используются следующие формы самостоятельной работы:

- углубленное изучение разделов, тем, отдельных вопросов, понятий;
- подготовка к практическим, лабораторным и семинарским занятиям, в том числе подготовка сообщений, тематических докладов, информационных и демонстративных материалов, рефератов, презентаций, эссе и т.д.;
- работа с учебной, справочной, аналитической и другой литературой и материалами;
- составление обзора научной (научно-технической) литературы по заданной теме;
- выполнение информационного поиска и составление тематической подборки литературных источников, интернет-источников;
- подготовку к сдаче промежуточной аттестации.

Контроль качества усвоения знаний

Диагностика качества усвоения знаний проводится в рамках текущего контроля и промежуточной аттестации.

Мероприятия текущей аттестации проводятся в течение семестра и включают в себя следующие формы контроля:

- экспресс-опрос на аудиторных занятиях;
- опрос;
- реферат;
- доклад;
- учебное задание;
- подготовка презентаций.

Текущая аттестация по учебной дисциплине проводится три раза в семестр.

Результаты текущей аттестации за семестр, полученные в ходе проведения мероприятий текущей аттестации, оцениваются отметкой в баллах по десятибалльной шкале и отражаются в ведомости текущей аттестации по учебной дисциплине.

Требования к обучающемуся при прохождении промежуточной аттестации.

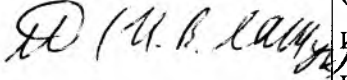
Обучающиеся допускаются к промежуточной аттестации по учебной дисциплине при условии успешного прохождения текущей аттестации (выполнения мероприятий текущего контроля) по учебной дисциплине, предусмотренной в текущем семестре данной учебной программой.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачёта.

Методика формирования отметки по учебной дисциплине

В соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки знаний, умений и навыков студентов БГЭУ.

**ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ С ДРУГИМИ
УЧЕБНЫМИ ДИСЦИПЛИНАМИ СПЕЦИАЛЬНОСТИ**

Название дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Психология управления	Экономической социологии и психологии предпринимательской деятельности	Замечаний и предложений нет 	Учебную программу по учебной дисциплине «Организация избирательных кампаний» рекомендовать к утверждению (протокол № ____ от ____ 2025)