

**ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ
«ОРГАНИЗАЦИЯ ИЗБИРАТЕЛЬНЫХ КАМПАНИЙ»
на 2023 /2024 учебный год**

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание
1	В пояснительной записке заменить абзац «Всего часов по учебной дисциплине 142, из них всего часов аудиторных 68, в том числе 30 часов – лекции, 38 часов – семинарские занятия» на следующий: «Всего часов по учебной дисциплине 94, из них всего часов аудиторных 48, в том числе 22 часа – лекции, 26 часов – семинарские занятия».	Изменение учебного плана от 04.05.2021 рег. номер: № 4623-21 по специальности 1-23 01 06 Политология (по направлениям). Направление специальности 1-23 01 06-03 Политология (политический менеджмент).
2	В содержании материала внести изменения в соответствии с прилагаемым текстом	Изменение учебного плана от 04.05.2021 рег. номер: № 4623-21 по специальности 1-23 01 06 Политология (по направлениям). Направление специальности 1-23 01 06-03 Политология (политический менеджмент).
3	Внести изменения в учебно-методическую карту в соответствии с прилагаемым текстом	Изменение учебного плана от 04.05.2021 рег. номер: № 4623-21 по специальности 1-23 01 06 Политология (по направлениям). Направление специальности 1-23 01 06-03 Политология (политический менеджмент).

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры политологии (протокол №13 от 12.04.2023)

Зав. кафедрой политологии
канд. полит. наук



А.О. Бueva

УТВЕРЖДАЮ
Директор института
социально-гуманитарного образования
канд. филос. наук, доцент



Д.Г. Доброродный

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ «ОРГАНИЗАЦИЯ ИЗБИРАТЕЛЬНЫХ КАМПАНИЙ»

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. Модель доминирующего стереотипа

Модели электората и основные подходы к формированию стратегии, подвижность избирателей, тенденции изменения электоральных предпочтений. 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. Ядро положительного образа. Методы расширения электоральной базы положительного образа

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. Стратегии по отношению к конкурентам. Стратегические характеристики 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. Уточнения и коррекции проекта кампании

Задачи направления избирательной кампании. Структура штаба. Модификации структуры штаба. Формирование штаба. Проблема устойчивости штаба. Проектная документация. 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. Административный ресурс и «грязные» технологии. Типовые «грязные» технологии

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

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«ОРГАНИЗАЦИЯ ИЗИБАРАТЕЛЬНЫХ КАМПАНИЙ»
ДЛЯ ДНЕВНОЙ ФОРМЫ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

№ темы	Название темы	Количество аудиторных часов						Иное	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСР			
						Лк	См		
1	Избирательное право: принципы и виды.			2					Презентации, доклады, рефераты
2	Избирательные системы и избирательный процесс.	2							Презентации, доклады, рефераты
3	Структура избирательной кампании. Ресурсы избирательной кампании.			2					Презентации, доклады, рефераты
4	Модели электората и основные подходы к формированию стратегии. Модель доминирующего стереотипа.	2		2					Презентации, доклады, рефераты
5	Положительный образ кандидата (партии) как основа стратегии избирательной кампании. Ядро положительного образа. Методы расширения электоральной базы положительного образа.	2		2					Презентации, доклады, рефераты
6	Стратегия кампании и активность избирателей. Тематика кампании. Стратегии по отношению к конкурентам. Стратегические характеристики кампании.	2		2					Презентации, доклады, рефераты
7	Тактический рисунок кампании и принцип тотальности.	2							Презентации, доклады, рефераты
8	Агитационно-рекламное направление в избирательной кампании.			2					Презентации, доклады, рефераты
9	Оргмассовое направление в избирательной кампании.	2		2					Презентации, доклады, рефераты

10	Информационно-аналитическое обеспечение.	2		2					Презентации, доклады, рефераты
11	Связи с внешними организациями. Юридическое, техническое и финансовое обеспечение.	2		2					Презентации, доклады, рефераты
12	Штаб избирательной кампании и его задачи. Проектирование избирательных кампаний. Уточнения и коррекции проекта кампании.	2		2					Презентации, доклады, рефераты
13	Спецпроекты избирательной кампании.			2					
14	Назначение параллельных кампаний. Проблемы параллельных кампаний и подходы к их решению.	2		2					
15	Понятие «грязных» избирательных технологий. Административный ресурс и «грязные» технологии. Типовые «грязные» технологии.	2		2					
	ИТОГО	22		26					зачет

ЛИТЕРАТУРА ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ «ОРГАНИЗАЦИЯ ИЗБИРАТЕЛЬНЫХ КАМПАНИЙ»

Нормативные правовые акты

1. Конституция Республики Беларусь с изм. и доп., принятыми на респ. референдумах 24 ноября 1996 г., 17 октября 2004 г. и 27 февраля 2022 г. – Минск: Национальн. центр правовой информ. Респ. Беларусь., 2022. – 80 с. (основание: Изменения и дополнения в Конституцию Республики Беларусь, принятые на республиканском референдуме от 27 февраля 2022 года).
2. Избирательный кодекс Республики Беларусь от 11 февраля 2000 г. № 370-З.
3. Закон Республики Беларусь «О политических партиях» от 2 октября 1994 г. № 3266-ХП.
4. Закон Республики Беларусь «Об общественных объединениях» от 4 октября 1994 г. № 3254-З.

Основная:

6. Выборы: правовые основы, избирательные технологии.- Минск: «Тесей», 2000.
7. Ильясов, Ф.Н. Политический маркетинг. Искусство и наука побеждать на выборах/ Ф.Н. Ильясов .- М.: ИМА-пресс, 2000.
4. Малкин, Е., Сучков, Е. Основы избирательных технологий и партийного строительства/ Е. Малкин, Е. Сучков. - 5-е изд. – М.:SPSL – «Русская панорама», 2003.
5. Соловьев, А.И. Политология: Политическая теория, политические технологии: Учебник для студентов вузов/ А.И. Соловьев. - М.: Аспект Пресс, 2000.

Дополнительная:

1. Аверин, Ю.П., Слепенков, И.М., Усманов, Б.Ф., Розенталь, Э.М. Избирательная кампания: стратегия, тактика, психологические аспекты/ Ю.П. Аверин, И.М. Слепенков, Б.Ф. Усманов, Э.М. Розенталь. - М.: РЦИТ, 1995.
2. Автономов, А.С., Морозова, Е.Г. Избирательная кампания: Основные категории и институты избирательного права. Менеджер избирательной кампании/ А.С. Автономов, Е.Г. Морозова. – М., 1995.
3. Алексеров, Ф.Т., Ортешук, П. Выборы. Голосование. Партии/ Ф.Т. Алексеров, П. Ортешук. - М., 1995.
4. Амелин, В.Н., Устименко, С.В. Технология избирательной кампании/В.Н. Амелин, С.В. Устименко. – М.: Союз, 1993.
5. Борисова, Н.В., Наумов, В.И., Пуздрач, Ю.В. Пусть победит достойный. Избирательная кампания: выдвижение, агитация, выборы/ Н.В. Борисова, В.И. Наумов, Ю.В. Пуздрач. – М., 1996.
6. О’ Дей, Брайан. Планирование политических кампаний/ Брайан О’ Дей. - М.: НДИ-МО, 1999.
7. Гоулд, Ф. Стратегическое планирование избирательной кампании/ Ф. Гоулд. – М., 1994.

8. Егорова-Гартман, Е.В., Плешаков, К.В., Байбакова, Р.Б. Политическая реклама/ Е.В. Егорова-Гартман, К.В. Плешаков, Р.Б. Байбакова. – М.: ИПО «Профиздат», 1999.
9. Журавковский, В. Как организовать избирательную кампанию/ В. Журавский. - Витебск, 2002.
10. За сильную и процветающую Беларусь: Материалы 2-го Всебел. Нар. собр. 18 мая 2001 г. – Мн., 2001.
11. Конституция Республики Беларусь. – Минск, 2009.
12. Максимов, А.А. «Чистые» и «грязные» технологии выборов. (Российский опыт)/ А.А. Максимов. – Тула: ЦАЦ «Статус», 1999.
13. Минцберг, Г., Альстрэнд, Б., Лэмпел, Дж. Школы стратегий/ Г. Минцберг, Б.Альстрэнд, Дж. Лэмпел. - СПб, «Питер», 2001.
14. Ольшанский, Д.В. Политическая психология/ Д.В. Ольшанский. - М., 2002.
15. Подготовка и проведение избирательных кампаний. Дайджест учебных пособий Республиканской партии США. - Москва, 1999.
16. Полуэктов, В.В. От двери к двери. Полевые технологии в избирательных кампаниях/ В.В. Полуэктов. – М.: SPSL – Русская панорама, 2002.
17. Послание Президента Республики Беларусь Национальному собранию и белорусскому народу. - Мн., 2009
18. Почепцов, Г.Г. Как становятся президентами/ Г.Г. Почепцов. - Киев, 1999.
19. Пугачев, В.П., Соловьев, А.И. Введение в политологию: Учебник для студентов вузов/ В.П. Пугачев, А.И. Соловьев. – 4-е изд.– М.: Аспект Пресс, 2003.
20. Решетников, С.В., Антанович, Н.А. Государственная политика и управление в Республике Беларусь: Учебное пособие/ С.В. Решетников, Н.А. Антанович. – Мн.: Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2001.
21. Слепенков, И.М., Аверин, Ю.П., Усманов, Б.Ф. и др. Избирательная кампания: стратегия, тактика, психологические аспекты/ И.М. Слепенков, Ю.П. Аверин, Б.Ф. Усманов и др.. - М., 1995.
22. Фаер, С. Приемы стратегии и тактики предвыборной борьбы/ А.С. Фаер. - СПб: «Стольный град», 1998.
23. Цуладзе, А. Большая манипулятивная игра/ А. Цуладзе. - М., 2000.
24. Чумиков, А.Н. Связи с общественностью. Учебное пособие/ А.Н. Чумиков. – М.: Дело, 2000.
25. Шендера, В.К. Организация предвыборных кампаний. Учебное пособие/ В.К. Шендера. – М.: РАГС, 1995.
26. Шепель, В. Имеджелогия: секреты личного обаяния/ В. Шепель. - М., 1994.
27. Юрьев, А.И. Введение в политическую психологию/ А.И. Юрьев. – М., 1992.