

**ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ  
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ «ОРГАНИЗАЦИЯ ИЗБИРАТЕЛЬНЫХ  
КАМПАНИЙ», (Регистрационный №УД 4693-21/уч. от 04.05.2021)  
на 2024/2025 учебный год**

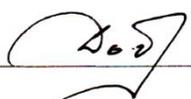
№ п/п	Дополнения и изменения	Основание
1	На обороте титульного листа заменен текст – основание для составления учебной программы: Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта общего высшего образования ОСВО 1-23 01 06-2021, учебного плана по специальности 1-23 01 06 «Политология (по направлениям)».	В целях совершенствования процесса разработки учебно-программной документации образовательных программ высшего образования, <b>на основании:</b> - п.11 статьи 212 Кодекса Республики Беларусь об образовании, - п.10 статьи 86 Кодекса Республики Беларусь об образовании, Правил проведения аттестации студентов, курсантов, слушателей при освоении содержания образовательных программ высшего образования, - Методических указаний по разработке учебно-программной документации образовательных программ высшего образования, утвержденных Министром образования Республики Беларусь от 26.07.2024,
2	Текст пояснительной записки представлен в новой редакции (прилагается)	- «ПОРЯДКА разработки и утверждения учебных программ и программ практики для реализации содержания образовательных программ высшего образования», утвержденного Министром образования Республики Беларусь И.В. Карпенко 27.05.2019г.,
3	Учебно-методическая карта учебной дисциплины представлена в новой редакции (прилагается)	- Методических рекомендаций по разработке учебных программ по учебным дисциплинам, модулям (далее -Методические рекомендации) учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет от 08.05.2024 № 324,
4	Структуру раздела «ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ» представить в следующем порядке: «Литература. Основная. Дополнительная. Нормативные правовые акты», «Интернет-ресурсы».	- Дополнений и изменений №1 в Методические рекомендации по разработке учебных программ по учебным дисциплинам, модулям учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» от 03.09.2024 № 566.
5	Добавить раздел «Перечень вопросов для проведения зачёта» (прилагается)	
6	Добавить раздел «Перечень тем рефератов» (прилагается)	
7	Добавить разделы «Организация самостоятельной работы студентов», «Контроль качества усвоения знаний», «Методика формирования отметки по учебной дисциплине» (прилагаются)	

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры политологии (протокол № 2 от 19.09.2024).

Заведующий кафедрой  
политологии  
канд. полит. наук

  
\_\_\_\_\_ А.О. Буева

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

  
\_\_\_\_\_ Д.Г. Доброродный

## 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 учебной 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 навыки:**

- 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 направления специальности 1-23 01 06-03 "Политология (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.

## УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ «ОРГАНИЗАЦИЯ ИЗБИРАТЕЛЬНЫХ КАМПАНИЙ»

### Дневная форма получения высшего образования

№ темы	Название темы	Количество аудиторных часов						Литература	Форма контроля знаний	
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов управляемой самостоятельной работы				
						Лк	Пз			См
<b>5 семестр</b>										
1	Семинарское занятие. Избирательное право: принципы и виды.			2				[1-5]	Презентации, доклады, рефераты, учебное задание	
2	Избирательные системы и избирательный процесс.	2						[1-5]	Опрос, экспрес-опрос	
3	Семинарское занятие. Структура избирательной кампании. Ресурсы избирательной кампании.			2				[1-5,6-8]	Презентации, доклады, рефераты, учебное задание	
4	Модели электората и основные подходы к формированию стратегии. Модель доминирующего стереотипа.	2						[1-5,6-8]	Опрос, экспрес-опрос	
	Семинарское занятие. Модели электората и основные подходы к формированию стратегии. Модель доминирующего стереотипа.			2				[1-5,6-8]	Презентации, доклады, рефераты, учебное задание	
5	Положительный образ кандидата (партии) как основа стратегии избирательной кампании. Ядро положительного образа. Методы расширения электоральной базы положительного образа.	2						[1-5, 10,11, 17-19]	Опрос, экспрес-опрос	
	Семинарское занятие. Положительный образ кандидата (партии) как основа стратегии избирательной кампании. Ядро положительного образа. Методы расширения электоральной базы положительного образа.			2				[1-5, 10,11, 17-19]	Презентации, доклады, рефераты, учебное задание	
6	Стратегия кампании и активность избирателей. Тематика кампании. Стратегии по отношению к конкурентам. Стратегические характеристики кампании.	2						[1-5, 10,11,17- 19]	Опрос, экспрес-опрос	
	Семинарское занятие. Стратегия кампании и активность избирателей. Тематика кампании. Стратегии по отношению к конкурентам. Стратегические характеристики кампании.			2				[1-5, 10,11,17- 19]	Презентации, доклады, рефераты, учебное задание	
7	Тактический рисунок кампании и принцип тотальности.	2						[1-5,10,11.17-19]	Опрос, экспрес-опрос	
8	Семинарское занятие. Агитационно-рекламное направление в избирательной кампании.			2				[1-5, 15 - 19]	Презентации, доклады, рефераты, учебное задание	
9	Оргмассовое направление в избирательной кампании.	2						[1-5, 15- 19]	Опрос, экспрес-опрос	
	Семинарское занятие. Оргмассовое направление в избирательной кампании.			2				[1-5, 15- 19]	Презентации, доклады, рефераты, учебное задание	
10	Информационно-аналитическое обеспечение.	2						[1-5, 15- 19]	Опрос, экспрес-опрос	

№ темы	Название темы	Количество аудиторных часов						Литература	Форма контроля знаний	
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов управляемой самостоятельной работы				
						Лк	Пз			См
	Семинарское занятие. Информационно-аналитическое обеспечение.			2				[1-5, 15- 19]	Презентации, доклады, рефераты, учебное задание	
11	Связи с внешними организациями. Юридическое, техническое и финансовое обеспечение.	2						[1-5, 15- 19]	Опрос, экспрес-опрос	
	Семинарское занятие. Связи с внешними организациями. Юридическое, техническое и финансовое обеспечение.			2				[1-5, 15- 19]	Презентации, доклады, рефераты, учебное задание	
12	Штаб избирательной кампании и его задачи. Проектирование избирательных кампаний. Уточнения и коррекции проекта кампании.	2						[1-5]	Опрос, экспрес-опрос	
	Семинарское занятие. Штаб избирательной кампании и его задачи. Проектирование избирательных кампаний. Уточнения и коррекции проекта кампании.			2				[1-5]	Презентации, доклады, рефераты, учебное задание	
13	Семинарское занятие. Спецпроекты избирательной кампании.			2				[1-5]	Презентации, доклады, рефераты, учебное задание	
14	Назначение параллельных кампаний. Проблемы параллельных кампаний и подходы к их решению.	2						[1-5]	Опрос, экспрес-опрос	
	Семинарское занятие. Назначение параллельных кампаний. Проблемы параллельных кампаний и подходы к их решению.			2				[1-5]	Презентации, доклады, рефераты, учебное задание	
15	Понятие «грязных» избирательных технологий. Административный ресурс и «грязные» технологии. Типовые «грязные» технологии.	2						[1-5, 12-16]	Опрос, экспрес-опрос	
	Семинарское занятие. Понятие «грязных» избирательных технологий. Административный ресурс и «грязные» технологии. Типовые «грязные» технологии.			2				[1-5, 12-16]	Презентации, доклады, рефераты, учебное задание	
	<b>Всего часов</b>	<b>22</b>		<b>26</b>					<b>зачет</b>	

## Перечень вопросов для проведения зачета

1. Выборы как основная форма проявления суверенитета народа в современном мире. Демократия и выборы.
2. Избирательное право: принципы и виды. Активное и пассивное избирательное право. Избирательные цензы.
3. Избирательные системы и их типы. Достоинства и недостатки мажоритарной и пропорциональной избирательных систем.
4. Избирательные системы и избирательный процесс.
5. Стадии избирательного процесса и их функциональное назначение.
6. Избирательные процедуры и избирательные действия.
7. Избирательное законодательство
8. Избирательные комиссии и их типы. Функции избирательных комиссий.
9. Избирательная кампания и избирательные технологии.
10. Структура избирательной кампании. Ресурсы избирательной кампании.
11. Цели и задачи избирательной кампании.
12. Ключевые идеи кампании. Анализ обстановки.
13. Установка избирательной кампании.
14. Подвижность избирателей, тенденции изменения электоральных предпочтений.
15. Модель доминирующего стереотипа. Положительный образ кандидата (партии) как основа стратегии избирательной кампании.
16. Основа стратегии избирательной кампании при многовариантных выборах.
17. Ядро положительного образа.
18. Методы расширения электоральной базы положительного образа.
19. Второй тур голосования и проблема антиобраза.
20. Проблема узнаваемости. Стратегия на отождествление. Построение кампании на контрходе.
21. Стратегия кампании и активность избирателей
22. Тематика избирательной кампании.
23. Стратегии по отношению к конкурентам
24. Стратегические характеристики кампании.
25. Адресное построение кампании как стратегическая проблема
26. Направления кампании. Приоритетность направлений.
27. Основные мероприятия кампании
28. Этапы кампании. Принцип тотальности.
29. Решаемые задачи и особенности направления. Формирование и поддержка имиджа кандидата. Фирменный стиль и основные агитационные материалы.
30. Прямая реклама в СМИ. Косвенная реклама в СМИ. Скандалы как информационный повод.
31. Наружная реклама и распространяемые агитационные материалы.
32. Нестандартные формы агитации.
33. Организация работы пресс-службы и другие задачи направления.

- 34 . Задачи направления и его роль в избирательной кампании.
35. Формирование команды. Основные принципы непосредственной работы с избирателями.
36. Кампания «от двери к двери». Телефонное внедрение. Адресная рассылка и базы данных по избирателям.
37. Встречи кандидата с избирателями. Массовые мероприятия. Другие мероприятия направления.
38. Решаемые задачи и особенности направления. Аналитика избирательной кампании.
39. Задачи социологии и рекомендации по организации исследований.
40. Первый социологический анализ округа (пристрелка).
41. Мониторинг и моделирующие исследования.
42. Связи с внешними организациями при организации избирательной кампании.
43. Юридическое и техническое обеспечение избирательной кампании.
- 44 . Финансовое обеспечение избирательной кампании.
45. Задачи направления избирательной кампании.
46. Структура штаба. Модификации структуры штаба.
47. Формирование штаба. Проблема устойчивости штаба.
48. Проектная документация. Разработка стратегии. Разработка тактики.
49. План-график избирательной кампании. Проект рекламной кампании.
50. Уточнения и корректировки проекта кампании. Ускоренное проектирование. Спецпроекты избирательной кампании и акции контр-пропаганды.
51. Назначение параллельных кампаний
52. Проблемы параллельных кампаний и подходы к их решению.
53. Стратегическая и тактическая сшивка кампаний разного уровня.
54. Подготовка параллельных кампаний.
55. Понятие «грязных» избирательных технологий.
56. Административный ресурс и «грязные» технологии.
57. Типовые «грязные» технологии
58. Основные принципы и способы борьбы с «грязными» технологиями.

## Перечень тем рефератов

1. Избирательные цензы: сравнительный анализ избирательных систем США и РФ.
2. Достоинства и недостатки мажоритарной и пропорциональной избирательных систем (сравнительный анализ на примере избирательных систем РФ и Украины).
3. Особенности избирательного процесса в смешанной избирательной системе (на примере Германии).
4. Правовое обеспечение избирательного процесса в РФ.
5. Электоральные предпочтения в регионах РФ (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 на отождествление 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.

### 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;
- учебное задание;
- подготовка презентаций.

Текущая аттестация по учебной дисциплине, модулю проводится не менее трех раз в семестр.

Результат текущего контроля за семестр оценивается отметкой в баллах по десятибалльной шкале и выводится исходя из отметок, выставленных в ходе проведения мероприятий текущего контроля в течение семестра.

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 экзамена.

### Методика формирования отметки по учебной дисциплине

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