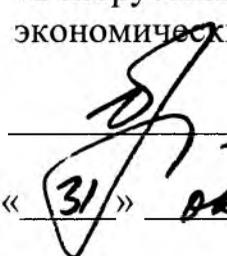


**УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ «БЕЛОРУССКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
«Белорусский государственный
экономический университет»


В.Н.Шимов

« 31 » окт. 2016 г.

Регистрационный № УД 2872-16 / уч.

ОРГАНИЗАЦИЯ ИЗБИРАТЕЛЬНЫХ КАМПАНИЙ

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности
1 - 23 01 06 «Политология (по направлениям)»

СОСТАВИТЕЛИ:

Веремеев Н.Ю., заведующий кафедрой политологии учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат политических наук, доцент.

Турунцев П.В., ассистент кафедры политологии учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет».

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Бохан Ю. Н. , заведующий кафедрой экономической истории учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», доктор исторических наук, доцент;

Мигун Д.А., доцент кафедры историко-культурного наследия Беларуси учреждения образования «Республиканский институт высшей школы», кандидат исторических наук, доцент.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой политологии учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

(протокол № 1 от 30 августа 2016 г.);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

(протокол № 1 от 19.10. 2016 г.).

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

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

Выпускник должен обладать следующими **академическими компетенциями**:

- владеть и применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач;
- владеть системным и сравнительным анализом;
- владеть исследовательскими навыками;
- уметь работать самостоятельно;
- обладать способностью к генерации идей;
- иметь навыки по использованию технических устройств, управлению информацией и работе с компьютером;
- уметь работать самостоятельно;
- обладать способностью к обучению .

Выпускник должен иметь следующие **социально-личностные компетенции**:

- обладать качествами гражданственности;
- обладать способностью к социальному взаимодействию;
- обладать способностью к межличностным коммуникациям;
- обладать способностью убеждать.

Выпускник должен обладать следующими **профессиональными компетенциями**:

- владеть навыками по сбору и анализу информации;
- обладать умениями и навыками работы в команде;
- уметь принимать решения в условиях сложной обстановки;
- уметь определять цели и задачи коллектива и проводить комплекс мероприятий по их достижению;

- уметь подготавливать научные публикации, предложения и аналитические доклады по результатам своей деятельности;

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;

- проводить сбор и анализ информации в ходе избирательной кампании на различных уровнях;

- формировать стратегию избирательной кампании;

- принимать тактические решения в ходе избирательной кампании;

- осуществлять рекламно-агитационную и организационно-массовую деятельность в ходе избирательной кампании;

- осуществлять взаимодействие со СМИ;

- формировать, анализировать и использовать ресурсы избирательной кампании.

Всего часов по дисциплине 114 , из них всего часов аудиторных 68 , в том числе 30 часов – лекции, 38 часов – практические занятия.

Рекомендуемая форма контроля – зачет.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

РАЗДЕЛ 0. Выборы в системе государственной власти.

Тема 1. Выборы как основная форма проявления суверенитета народа в современном мире. Демократия и выборы.

Тема 2. 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.

РАЗДЕЛ I. Избирательный процесс и избирательная кампания.

Тема 3. 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 4. Структура избирательной кампании. Ресурсы избирательной кампании.

РАЗДЕЛ II. Стратегия избирательной кампании.

Тема 5. 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 6. Положительный образ кандидата (партии) как основа стратегии избирательной кампании. Ядро положительного образа. Методы расширения электоральной базы положительного образа.

Тема 7. Стратегия кампании и активность избирателей. Тематика избирательной кампании. Стратегии по отношению к конкурентам. Стратегические характеристики кампании.

РАЗДЕЛ III. Тактика избирательной кампании.

Тема 8. Тактический рисунок кампании и принцип тотальности, концепция и планирование избирательной кампании. Диагностика кандидата и избирателей. Фокус-группы.

Тема 9. Агитационно-рекламное направление в избирательной кампании, наглядная агитация и реклама.

Тема 10. Оргмассовое направление в избирательной кампании. Фирменный стиль кампании.

Тема 11. Информационно-аналитическое обеспечение избирательной кампании. СМИ в избирательных кампаниях. Технологии манипулирования массовым сознанием в контексте избирательной кампании. Публикации в прессе. Радио и телевидение в избирательных кампаниях. Использование internet – технологий в избирательных кампаниях.

Тема 12. Связи с внешними организациями. Юридическое, техническое и финансовое обеспечение избирательных кампаний.

РАЗДЕЛ IV. Проектирование и управление избирательной кампанией.

Тема 13. Штаб избирательной кампании и его задачи. Проектирование избирательных кампаний. Уточнения и коррекции проекта кампании.

Тема 14. Спецпроекты избирательной кампании.

РАЗДЕЛ V. Параллельные кампании.

Тема 15. Назначение параллельных кампаний, цели и задачи параллельных кампаний. Параллельные кампании как предвыборный проект. Проблемы параллельных кампаний и подходы к их решению.

Тема 16. Стратегическая и тактическая сшивка кампаний разного уровня. Подготовка параллельных кампаний.

РАЗДЕЛ VI. «Грязные» избирательные технологии.

Тема 17. Понятие «грязных» избирательных технологий. Административный ресурс и «грязные» технологии. Типовые «грязные» технологии.

Тема 18. Основные принципы и способы борьбы с «грязными» технологиями.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Номер раздела, темы	Название раздела, темы,	Количество аудиторных часов						Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСП	Иное	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
						Л	Пз	
Раздел 0	Введение в дисциплину	2		2				презентации, доклады рефераты
Тема 1.	Выборы в системе государственной власти. Демократия и выборы	2					[1-5]	презентации, доклады рефераты
Тема 2.	Избирательное право: принципы и виды. Избирательные системы и их типы.			2			[1-5]	
Раздел I.	Избирательный процесс и избирательная кампания	4		4				Тест
Тема 3.	Избирательные системы и избирательный процесс. Избирательная кампания и избирательные технологии.	2		2			[1-5, 6 - 8]	презентации, доклады рефераты
Тема 4.	Структура избирательной кампании.	2		2			[1-5, 6 - 8]	презентации,

	Ресурсы избирательной кампании.								доклады рефераты
Раздел II	Стратегия избирательной кампании	8		10					Тест
Тема 5.	Модели электората и основные подходы к формированию стратегии. Модель доминирующего стереотипа.	2		2				[1-5, 10,11, 17 - 19]	презентации, доклады рефераты
Тема 6.	Положительный образ кандидата (партии) как основа стратегии избирательной кампании. Ядро положительного образа. Методы расширения электоральной базы положительного образа.	4		4				[1-5, 10,11,17 - 19]	презентации, доклады рефераты
Тема 7.	Стратегия кампании и активность избирателей. Тематика кампании. Стратегии по отношению к конкурентам. Стратегические характеристики кампании.	2		4				[1-5, 10,11,17 - 19]	
Раздел III	Тактика избирательной кампании	10		10					Тест
Тема 8.	Тактический рисунок кампании и принцип тотальности.	2		2				[1-5, 15 - 19]	презентации, доклады рефераты
Тема 9.	Агитационно-рекламное направление в	2		2					

	избирательной кампании.							
Тема 10.	Оргмассовое направление в избирательной кампании.	2		2			[1-5, 15 - 19]	презентации, доклады рефераты
Тема 11.	Информационно-аналитическое обеспечение.	2		2			[1-5, 15 - 19]	презентации, доклады рефераты
Тема 12.	Связи с внешними организациями. Юридическое, техническое и финансовое обеспечение.	2		2			[1-5, 15 - 19]	презентации, доклады рефераты
Раздел IV	Проектирование и управление избирательной кампанией	2		4				Тест
Тема 13.	Штаб избирательной кампании и его задачи. Проектирование избирательных кампаний. Уточнения и коррекции проекта кампании.	2		2			[1-5]	презентации, доклады рефераты
Тема 14.	Спецпроекты избирательной кампании			2			[1-5]	презентации, доклады рефераты
Раздел V	Параллельные кампании	2		4				Тест
Тема 15.	Назначение параллельных кампаний. Проблемы параллельных кампаний и подходы к их решению.	2		2			[1-5]	презентации, доклады рефераты

Тема 16.	Стратегическая и тактическая сшивка кампаний разного уровня. Подготовка параллельных кампаний.			2				[1-5]	
Раздел VI	«Грязные» избирательные технологии	2		4					Тест
Тема 17.	Понятие «грязных» избирательных технологий. Административный ресурс и «грязные» технологии. Типовые «грязные» технологии.	2		2				[1-5, 12-16]	презентации, доклады рефераты
Тема 18.	Основные принципы и способы борьбы с «грязными» технологиями			2				[1-5, 12-16]	презентации, доклады рефераты
	ИТОГО:	30		38					Зачет

Нормативные и законодательные акты

1. Конституция Республики Беларусь 1994 года (с изменениями и дополнениями, принятыми на республиканских референдумах 24 ноября 1996 г. и 17 октября 2004 г.). – Минск: Амалфея, 2008.

2. Избирательный кодекс Республики Беларусь, Минск, Национальный центр правовой информации Республики Беларусь, 2015.

Литература

Основная:

1. Амелин, В.Н., Устименко, С.В. Технология избирательной кампании/В.Н. Амелин, С.В. Устименко. – М.: Союз, 1993

2. Ильясов, Ф.Н. Политический маркетинг. Искусство и наука побеждать на выборах/ Ф.Н. Ильясов .- М.: ИМА-пресс, 2000.

3. Малкин, Е., Сучков, Е. Основы избирательных технологий и партийного строительства/ Е. Малкин, Е. Сучков. - 5-е изд. – М.:SPSL – «Русская панорама», 2003.

4. 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.

5. Соловьев, А.И. Политология: Политическая теория, политические технологии: Учебник для студентов вузов/ А.И. Соловьев. - М.: Аспект Пресс, 2000

Дополнительная:

6. 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.
- 7.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.
- 8.Алексеров, Ф.Т., Ортешук, П. Выборы. Голосование. Партии/ Ф.Т. Алексеров, П. Ортешук. - М., 1995. Амелин, В.Н., Устименко, С.В. Технология избирательной кампании/В.Н. Амелин, С.В. Устименко. – М.: Союз, 1993.
- 9.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.
- 10.О' Дей, Брайан. Планирование политических кампаний/ Брайан О' Дей. - М.: НДИ-МО, 1999.
- 11.Гоулд, Ф. Стратегическое планирование избирательной кампании/ Ф. Гоулд. – М., 1994.
- 12.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.
- 13.Журавковский, В. Как организовать избирательную кампанию/ В. Журавский. - Витебск, 2002.
- 14.Максимов, А.А. «Чистые» и «грязные» технологии выборов. (Российский опыт)/ А.А. Максимов. – Тула: ЦАЦ «Статус», 1999.
- 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.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.

18.Фаер, С. Приемы стратегии и тактики предвыборной борьбы/ А.С. Фаер. - СПб: «Столный град», 1998.

19.Шендера, В.К. Организация предвыбрных кампаний. Учебное пособие/ В.К. Шендера. – М.: РАГС, 1995.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы по изучаемой учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (дата и номер протокола)
1	2	3	4
история	экономической истории	<p style="text-align: center;">НЕТ</p> 	<p style="text-align: center;">ЕД №1</p> <p style="text-align: center;">от 30.08.2016</p>