

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова

Кафедра отечественной средневековой и новой истории

УТВЕРЖДАЮ

Декан исторического факультета



Р.М. Фролов

20 мая 2025 г.

Рабочая программа дисциплины
«Проведение избирательных кампаний»

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)
«Реклама и связи с общественностью»

Форма обучения
очная

Программа одобрена
на заседании кафедры
от «14» апреля 2025 года, протокол № 8

Программа одобрена НМК
исторического факультета
протокол № 1 от «22» апреля 2025 года

Ярославль

1. Цели освоения дисциплины

Курс предназначен для студентов направления «Реклама и связи с общественностью» исторического факультета ЯрГУ им. П.Г. Демидова.

Целью данного курса является ознакомление студентов с методикой работы и с особенностями работы при проведении избирательных кампаний в Российской Федерации, подготовка политтехнологов и политконсультантов в России.

В ходе лекций и семинарских занятий студенты знакомятся с принципами и стратегическими акцентами проведения успешных избирательных кампаний, ее планированием, интегрированными коммуникациями, формой и методами проведения агитационных кампаний.

Дисциплина «Проведение избирательных кампаний» обеспечивает приобретение знаний и умений в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом, содействует формированию глубоких знаний в указанной сфере.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Проведение избирательных кампаний» является элективной дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений.

Дисциплина базируется на знаниях, полученных на 1-ом курсе. Она является предшествующей для других дисциплин, связанных с деятельностью в сфере рекламы и связей с общественностью, которые в дальнейшем будут изучаться бакалаврами ВУЗа. Знания и навыки, полученные при изучении геополитики, используются бакалаврами при изучении других дисциплин, в частности, дисциплин «Геополитика», «Управление кризисными ситуациями», «Технологии формирования и методы изучения общественного мнения».

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих элементов компетенций в соответствии с ФГОС ВО, ООП ВО и приобретения следующих знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности:

Формируемая компетенция (код и формулировка)	Индикатор достижения компетенции (код и формулировка)	Перечень планируемых результатов обучения
Профессиональные компетенции		
ПК-2 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ИД-ПК-2.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью.	Знать: - теоретические основы коммуникационной деятельности, использования коммуникационных средств рекламы и связей с общественностью с целью продвижения юридического или физического лица. Уметь: - применять коммуникационные средства рекламы, связей с общественностью в планировании и подготовке кампаний, мероприятий с целью продвижения юридического или физического лица. Владеть: - практическими навыками по планированию и проведению коммуникационной деятельности с целью продвижения юридического или физического лица.
	ИД-ПК-2.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.	Знать: - понятие и виды выборов в РФ; роль выборов в развитии демократических процессов в РФ; - этапы избирательного процесса, субъекты избирательного процесса и виды избирательных

		кампаний; Уметь: - определять элементы выборов в зависимости от их статуса; - анализировать предвыборную ситуацию; - дифференцированно использовать инструменты предвыборной борьбы. Владеть навыками: - методами реализации основных избирательных технологий для обеспечения эффективного проведения выборного процесса с избранием необходимого кандидата.
	ИД-ПК-2.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.	Знать: - связь избирательных технологий с выборной кампанией; - методы противодействия нежелательных избирательных кампаний; - роль общественного мнения в избирательных технологиях. Уметь: - применять избирательные технологии в существующем правовом поле РФ; - разрабатывать планы реализации избирательных технологий; - организовать избирательный процесс на определенной территории. Владеть навыками: - анализа процессов политической борьбы в ходе избирательных кампаний.

4. Объем, структура и содержание дисциплины «Проведение избирательных кампаний»
 Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

№ п/п	Темы (разделы) дисциплины, их содержание	Семестр	Виды учебных занятий, включая самостоятельную ра- боту студентов, и их трудоемкость (в академических часах)						Формы текущего кон- троля успеваемости Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная работа						
			лекции	практические	лабораторные	консультации	аттестацион- ные испытания	самостоятель- ная работа	
1	Введение в дисциплину «Проведение избирательных кампаний»	3	2	2		1		11	Задания для самостоятельной работы
2	Исторические источники и историография по избира- тельным кампаниям начала XXI века в России	3	2	2				11	Задания для самостоятельной работы Самостоятельная работа № 1
3	Подготовка к избирательной кампании	3	2	4		1		11	Задания для самостоятельной работы
4	Public relation – продвиже- ние до официального старта избирательной кампании	3	4	2		1		11	Задания для самостоятельной работы Рефераты

5	Агитационная кампания	3	4	4		1		12	Задания для самостоятельной работы Самостоятельная работа № 2
6	Технология информационных поводов и событий	3	4	4				12	Задания для самостоятельной работы Самостоятельная работа № 3
						2	0,5	33,5	экзамен
	Всего в 4 семестре 144 часа		18	18		6	0,5	101,5	

Содержание разделов дисциплины

1. Введение в дисциплину «Проведение избирательных кампаний». Понятия «политическая партия», признаки, составляющие данного термина. Избирательный процесс, типы и виды избирательных систем. В лекциях следует подробнее остановиться на основных понятиях и терминах древнерусского искусства, охарактеризовать основную литературу и источники по теме.

2. Исторические источники и историография по избирательным кампаниям начала XXI века в России. Законодательные материалы; делопроизводственная документация и документы политических партий; статистические источники; периодическая печать и публицистика; листовки; мемуарные источники. Особенности историографии избирательных кампаний начала XXI века в Российской Федерации.

3. Подготовка к избирательной кампании. Аудит готовности. План подготовки. Принципы и стратегические оценки. Планирование. Матрица повторяемости.

4. Public relation – продвижение до официального старта избирательной кампании. Федеральные СМИ. Региональные газеты. Региональное телевидение. Региональное радио.

5. Агитационная кампания. Агитация на федеральном телевидении и радио. Теле и радио агитация в регионах. Агитация в прессе. Наружная реклама. Промоушн.

6. Технология информационных поводов и событий. Сторонники. Форумы. Технология «от двери к двери».

5. Образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения и дистанционные образовательные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

В процессе обучения используются следующие образовательные технологии:

Вводная лекция – дает первое целостное представление о дисциплине и ориентирует студента в системе изучения данной дисциплины. Студенты знакомятся с назначением и задачами курса, его ролью и местом в системе учебных дисциплин и в системе подготовки в целом. Дается краткий обзор курса, история развития науки и практики, достижения в этой сфере, имена известных ученых, излагаются перспективные направления исследований. На этой лекции высказываются методические и организационные особенности работы в рамках данной дисциплины, а также дается анализ рекомендуемой учебно-методической литературы.

Академическая лекция (или лекция общего курса) – последовательное изложение материала, осуществляемое преимущественно в виде монолога преподавателя. Требования к академической лекции: современный научный уровень и насыщенная информативность, убедительная аргументация, доступная и понятная речь, четкая структура и логика, наличие ярких примеров, научных доказательств, обоснований, фактов.

Практическое занятие – занятие, посвященное освоению конкретных умений и навыков и закреплению полученных на лекции знаний.

Консультации – вид учебных занятий, являющийся одной из форм контроля самостоятельной работы студентов. На консультациях по просьбе студентов рассматриваются наиболее сложные моменты при освоении материала дисциплины, преподаватель отвечает на вопросы студентов, которые возникают у них в процессе самостоятельной работы.

В процессе обучения используются следующие технологии электронного обучения и дистанционные образовательные технологии:

Электронный учебный курс в LMS Электронный университет Moodle ЯрГУ, в котором:

- представлены задания для самостоятельной работы обучающихся по темам дисциплины;
- осуществляется проведение отдельных мероприятий текущего контроля успеваемости студентов;
- представлены тексты лекций по отдельным темам дисциплины;
- представлен список учебной литературы, рекомендуемой для освоения дисциплины;
- имеется список вопросов для проведения промежуточной аттестации.

6. Перечень лицензионного и (или) свободно распространяемого программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

В процессе осуществления образовательного процесса по дисциплине используются: для формирования материалов для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации, для формирования методических материалов по дисциплине:

- программы Microsoft Office;
- Adobe Acrobat Reader.

7. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (при необходимости)

В процессе осуществления образовательного процесса по дисциплине используются:

- автоматизированная библиотечно-информационная система «БУКИ-NEXT»
http://www.lib.uniyl.ac.ru/opac/bk_cat_find.php

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (при необходимости), рекомендуемых для освоения дисциплины

а) основная литература:

1. Чуев, С. В. Политический менеджмент. Коммуникативные технологии : учебник для вузов / С. В. Чуев. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. –244 с. // Образовательная платформа Юрайт. – URL: <https://urait.ru/bcode/563547>

2. Иерусалимский, Ю. Ю. Избирательные кампании начала и середины 1990-х гг. в Федеральное собрание Российской Федерации (по материалам Ярославской области): учебное пособие / Ю. Ю. Иерусалимский, Б. А. Тюрин. – Ярославль: ЯрГУ, 2009. – 104 с. (46 экз.)

б) дополнительная литература:

1. Иерусалимский, Ю. Ю. В огне избирательных битв: ярославские избирательные кампании 1993 и 1995 гг. в Федеральное собрание Российской Федерации / Ю. Ю. Иерусалимский, Б. А. Тюрин. – Ярославль, Ремдер, 2007. – 241 с. (11 экз.)

2. Политическая история России в партиях и лицах / сост.В.В. Шелохаев. – М.: ТЕРРА, 1994. – 304 с.(2 экз).

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине включает в свой состав специальные помещения:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа;
- учебные аудитории для проведения практических занятий (семинаров);
- учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций;
- учебные аудитории для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации;
- помещения для самостоятельной работы;
- помещения для хранения и профилактического обслуживания технических средств обучения.

Специальные помещения укомплектованы средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде ЯрГУ.

Число посадочных мест в лекционной аудитории больше либо равно списочному составу потока, а в аудитории для практических занятий (семинаров) – списочному составу группы обучающихся.

Автор:

Доцент кафедры отечественной
средневековой и новой истории, к.и.н.

А.В. Лебедев

Приложение № 1 к рабочей программе дисциплины «Проведение избирательных кампаний»

Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации студентов по дисциплине

1. Типовые контрольные задания и иные материалы, используемые в процессе текущего контроля успеваемости

Задания для самостоятельной работы

*(данные задания выполняются студентом самостоятельно
и преподавателем в обязательном порядке не проверяются)*

Темы рефератов:

1. История выборов в России.
2. Формирование многопартийной системы в России в начале XX века.
3. Public Relations - продвижение и потенциал СМИ (до официального начала избирательной кампании).
4. Современные рекламные технологии, их влияние на политический процесс
5. Избирательные системы современности, сравнительный анализ
6. Влияние менталитета граждан РФ на реализацию избирательных кампаний.
7. Имидж кандидата в избирательной кампании и особенности его формирования.
8. Стратегия избирательной кампании и ее основные составляющие.
9. Основные задачи финансового обеспечения избирательной кампании.
10. Особенности избирательных технологий в Интернете.
11. Особенности российской демократии в избирательных процессах.
12. Анализ нормативного регулирования избирательных компаний в РФ.

Критерии оценивания рефератов

Написание реферативной работы следует начать с изложения плана темы, который обычно включает 3-4 пункта. План должен быть логично изложен, разделы плана в тексте обязательно выделяются. План обязательно должен включать в себя введение и заключение.

Во введении формулируются актуальность, цель и задачи реферата; в основной части рассматриваются теоретические проблемы темы и практика реализации в современных политических, экономических и социальных условиях; в заключении подводятся основные итоги, высказываются выводы и предложения.

Реферат завершается списком использованной литературы.

Задачи студента при написании реферата заключаются в следующем:

1. логично и по существу изложить вопросы плана;
2. четко сформулировать мысли, последовательно и ясно изложить материал, правильно использовать термины и понятия;
3. показать умение применять теоретические знания на практике;
4. показать знание материала, рекомендованного по теме.

Необходимо соблюдать сроки и правила оформления реферата. План работы составляется на основе программы курса. Работа должна быть подписана и датирована, страницы пронумерованы; в конце работы дается список используемой литературы.

Объем реферата должен быть не менее 12-18 стр. машинописного текста (аналог – компьютерный текст Time New Roman, размер шрифта 14 через полтора интервала), включая титульный лист.

Оценка **«отлично»** выставляется, если работа студента написана грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения студента обоснована, в работе присутствуют ссылки на нормативно-правовые акты, примеры из судебной практики, мнения известных учёных в данной области. Студент работе выдвигает новые идеи и трактовки, демонстрирует способность анализировать материал.

Оценка **«хорошо»** выставляется, если работа студента написана грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения студента обоснована, в работе присутствуют ссылки на нормативно-правовые акты, примеры из судебной практики, мнения известных учёных в данной области.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется, если студент выполнил задание, однако не продемонстрировал способность к научному анализу, не высказывал в работе своего мнения, допустил ошибки в логическом обосновании своего ответа.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется, если студент не выполнил задание, или выполнил его формально, ответил на заданный вопрос, при этом не ссылаясь на мнения учёных, не трактовал нормативно-правовые акты, не высказывал своего мнения, не проявил способность к анализу, то есть в целом цель реферата не достигнута.

Задание для самостоятельной работы по теме № 1

Введение в дисциплину «Проведение избирательных кампаний»

На основании прикреплённых к курсу учебных пособий дайте развёрнутый ответ на следующие вопросы:

1. Назовите основные подходы к определению понятия избирательной (предвыборной) кампании.
2. Перечислите разновидности избирательных кампаний.
3. Каковы общие принципы организации избирательных кампаний?
4. Какими факторами определяется процесс формирования стратегии избирательной кампании?
5. Какой круг проблем охватывает тактика избирательной кампании?
6. Перечислите основные направления избирательной кампании.
7. Определите специфику правового регулирования избирательных кампаний в различных странах.

Задание для самостоятельной работы по теме № 2

Исторические источники и историография по избирательным кампаниям начала XXI века в России

На основании прикреплённых к курсу учебных пособий дайте развёрнутый ответ на следующие вопросы:

1. Назовите основные этапы истории избирательных кампаний в России в конце XX – начале XXI веков и дайте им характеристику?
2. Назовите основные группы источников по истории избирательных кампаний в России в конце XX – начале XXI веков и дайте им характеристику?

Задание для самостоятельной работы по теме № 3

Подготовка к избирательной кампании

На основании прикреплённых к курсу учебных пособий дайте развёрнутый ответ на следующие вопросы:

1. В каком нормативно-правовом акте обозначена основная цель информирования избирателей и в чём она заключается?

2. Кем и на каких принципах осуществляется официальное информирование избирателей?

3. На основании текста документа приведённого ниже скажите о каком виде информирования избирателей идёт речь:

«В Избирательную комиссию Курской области представлены документы официально выдвинутых избирательными объединениями кандидатов на должность Губернатора Курской области 11 июня 2014 года состоялось заседание Избирательной комиссии Курской области, на котором рассмотрены вопросы, связанные с выдвижением кандидатов на должность Губернатора Курской области (руководителя Администрации Курской области). В соответствии с решением, принятым на конференции Курского регионального отделения Всероссийской политической партии «ЕДИНАЯ РОССИЯ», состоявшейся 11 июня 2014 года, от избирательного объединения «Курское региональное отделение Всероссийской политической партии «ЕДИНАЯ РОССИЯ» выдвинут кандидат Михайлов Александр Николаевич, временно исполняющий обязанности Губернатора Курской области.

В соответствии с решением, принятым на общем собрании Регионального отделения Всероссийской политической партии «Партия свободных граждан» в Курской области, состоявшемся 11 июня 2014 года, от избирательного объединения «Региональное отделение Всероссийской политической партии «Партия свободных граждан» в Курской области» выдвинут кандидат Теслева Елена Павловна, вице-президент Курской торговопромышленной палаты, директор Центра внешнеэкономических и межрегиональных связей Курской ГПП.

11 июня 2014 года в Избирательную комиссию Курской области кандидаты лично представили пакеты документов о выдвижении, получили подтверждение в их получении и разрешение на открытие специальных избирательных счетов.

Следующим шагом для кандидатов является сбор подписей депутатов представительных органов и (или) избранных на выборах глав муниципальных образований Курской области в поддержку своего выдвижения. Документы для регистрации должны быть представлены в Избирательную комиссию в срок не ранее 30 июня 2014 года и не позднее 18.00 часов 30 июля 2014 года».

(Информация размещена на официальном сайте Избирательной комиссии Курской области, <http://www.kursk.izbirkom.ru>)

4. Чем неофициальное информирование избирателей отличается от официального, какими законодательными актами оно определяется и какие разновидности неофициального информирования участников избирательного процесса вы знаете?

5. На основании знакомства со статьёй Зоткиной Ю.С. «Информационное обеспечение выборов информирование и предвыборная агитация» выявите отношение опрошенных граждан к различным видам предвыборной агитации и на основании этого сделайте вывод о наиболее успешных способах информирования избирателей.

Задание для самостоятельной работы по теме № 4

Public relation – продвижение до официального старта избирательной кампании

На основании прикреплённых к курсу учебных пособий дайте развёрнутый ответ на следующие вопросы:

1. Как Вы поняли, почему современные выборы часто называют «телевыборами»? В чём заключаются сильные стороны агитации через ТВ?

2. Кто из кандидатов в президенты США впервые воспользовался приемом телевизионной политической рекламы? В чем была специфика первых рекламных роликов по ТВ?

3. Кто, когда и о чем сказал: «Телевидение – политический процесс. Это игровое поле для политиков. Сегодня основные события происходят в телестудиях, а не в кулуарах»?

4. Почему теледебаты являются одним из самых эффективных способов влияния на общественное мнение?

5. Назовите основные отличия форматов проведения теледебатов в странах Западной Европы и США. В чем заключается российская специфика проведения теледебатов в рамках избирательных кампаний?

6. Назовите психологические «уловки», используемые журналистами при проведении теледебатов. В каких целях используются эти приемы?

7. Перечислите психологические приемы, имеющие важное значение для победы кандидата в теледебатах.

8. В каких странах такая форма рекламы в ходе предвыборной агитации как споты запрещена?

Задание для самостоятельной работы по теме № 5

Агитационная кампания

На основании прикреплённых к курсу учебных пособий дайте развёрнутый ответ на следующие вопросы:

1. Дайте определение предвыборной агитации.

2. Что такое «агитационный период»? Какова его продолжительность?

3. Охарактеризуйте виды предвыборной агитации.

4. Каковы принципы проведения предвыборной агитации?

5. Перечислите пять групп СМИ с точки зрения специфики участия их в предвыборной агитации.

6. Каким образом происходит распределение платного и бесплатного эфирного времени и печатных площадей в рамках проведения избирательных кампаний?

7. Назовите основные формы предвыборной агитации через СМИ.

8. На основании знакомства со статьёй Пырма И.В. «Электоральное участие молодежи на выборах президента РФ 2018 года» постарайтесь оценить электоральную активность современной российской молодежи и выделить те факторы, которые формируют ценности и установки современной молодежи.

Задание для самостоятельной работы по теме № 6

Технология информационных поводов и событий

На основании прикреплённых к курсу учебных пособий дайте развёрнутый ответ на следующие вопросы:

1. Дайте определение понятию «информационное обеспечение избирательной кампании».

2. Поясните, что означает требование нейтральности как необходимого условия предвыборной информации.

3. Поясните, что означает требование защиты чести, достоинства или деловой репутации кандидатов в рамках проведения избирательной кампании.

4. Поясните, что означает самостоятельность кандидатов и избирательных объединений в определении формы и характера своей агитации через СМИ как условия участия в предвыборной кампании.

5. Перечислите основные требования к содержанию и условиям обнародования результатов общественного мнения в рамках проведения избирательной кампании

Самостоятельная работа № 1

(проверка сформированности ПК-2, индикатор ИД-ПК-2.1.

(в части умения планирования и проведения коммуникационной деятельности с целью продвижения юридического или физического лица))

1. Выборы в России - это:

а) форма прямого волеизъявления граждан, осуществляемого в соответствии с Конституции федеральными законами, конституциями (уставами), законами субъектов РФ, уставами му-

ниципальных образований в целях формирования органа государственной власти, органа местного самоуправления наделения полномочиями должностного лица

б) действия органов государственной власти по назначению кандидатов на выборные должности

в) закрепление путем голосования заранее определенных сотрудников исполнительных органов

2. Отметьте основы российского избирательного права:

а) всеобщее, принципиальное, равное, тайное голосование

б) элитарное, прямое, тайное голосование, всеобщее

в) всеобщее, прямое, равное, открытое голосование

г) всеобщее, равное, прямое, тайное голосование

3. Как называется принцип избирательного права, дающий право голосовать независимо пола, расы, национальности, отношения к религии, убеждений?:

а) принцип равного избирательного права

б) принцип всеобщего избирательного права

в) принцип прямого избирательного права

4. Активное избирательное право - это:

а) право избирать

б) право быть избранным

в) право участвовать в избирательных действиях по выдвижению кандидатов

5. Активным избирательным правом обладают лица, достигшие;

а) 21 года

б) 16 лет

в) 25 лет

г) 18 лет

6. Совокупность голосующих граждан называется:

а) электорат

б) конгломерат

в) корпорация

7. Глава города Ярославля

а) назначается Губернатором Ярославского края

б) избирается населением на выборах

в) избирается из своего состава депутатами Ярославского городского Совета депутатов

8. Наблюдатель - это;

а) гражданин Российской Федерации, уполномоченный осуществлять наблюдение за средствами массовой информации в период избирательной кампании

б) лицо, осуществляющее сбор информации о ходе избирательной кампании по поручению определенного кандидата или избирательного объединения

в) гражданин Российской Федерации, уполномоченный осуществлять наблюдение за проведением голосования и иной деятельностью комиссии в период проведения голосования

9. Голосование проводится путем:

а) внесения избирателем в избирательный бюллетень любого знака в квадрат, относящихся к кандидату или списку кандидатов, в пользу которого сделан выбор

б) внесения избирателем в избирательный бюллетень галочки в квадрат, относящийся к кандидату или списку кандидатов, в пользу которого сделан выбор

в) зачеркивания фамилии, имени и отчества кандидата или наименования избирательного объединения, за которого голосует избиратель

г) зачеркивания наименования избирательного объединения (избирательных объединений), за которого (которых) голосует избиратель

10. Кто из избирателей вправе голосовать вне помещения для голосования (на дому):

а) все граждане пенсионного возраста

б) граждане, у которых на иждивении находятся дети в возрасте до 3-х лет

в) граждане, которые не могут самостоятельно по уважительным причинам (по состоянию здоровья, инвалидности) прибыть в помещение для голосования

11. Может ли избиратель быть исключен из списка избирателей?:

- а) может, но только по личному желанию
- б) это допускается при наличии официальных документов
- в) нет, это не допускается

Критерии оценивания самостоятельной работы:

За каждый правильный ответ контрольной работы учащийся получает 1 балл:

от 4 до 6 баллов – оценка удовлетворительно (пороговый уровень)

от 7 до 9 – хорошо (продвинутый уровень)

от 10 до 11 – отлично (высокий уровень)

Самостоятельная работа № 2

(проверка сформированности ПК-2, индикатор ИД-ПК-2.2

(в части владения методами реализации основных избирательных технологий для обеспечения эффективного проведения выборного процесса с избранием необходимого кандидата))

1. Активное избирательное право это:

Возможность быть избранным;

Возможность избирать;

Право быть избранным;

Право избирать;

2. Пассивное избирательное право это:

Право быть избранным;

Право избирать;

Право выдвигать кандидатов для избрания;

Возможность принимать участие в выборах;

3. При проведении выборов применяются следующие принципы:

Прямое избирательное право;

Всеобщее избирательное право;

Равное избирательное право;

Делегированное право;

4. Участие в выборах в Российской Федерации является:

Свободным;

Императивным;

Альтернативным;

5. Не обладают активным избирательным правом:

Признанные недееспособными;

Находящиеся в местах лишения свободы;

Имеющие неснятую судимость за тяжкие и особо тяжкие преступления;

Имеющие неснятую судимость за деятельность экстремистской направленности;

Подвергнутые административному наказанию за совершение административных правонарушений, предусмотренных статьями 20.3 и 20.29 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, если голосование на выборах состоится до окончания срока, в течение которого лицо считается подвергнутым административному наказанию;

6. Референдум – это:

Всенародное голосование;

Всеобщие выборы;
Всеобщее голосование;

7. На избирательном участке должно быть зарегистрировано:

Не более 5000 избирателей;
Не менее 4000 избирателей;
Не менее 3000 избирателей;

8. Решение о сроках проведения выборов Президента РФ принимает:

Действующий Президент РФ;
Центральная избирательная комиссия РФ;
Государственная Дума ФС РФ;
Совет Федерации ФС РФ;

9. Депутатом Государственной Думы ФС РФ может быть избран гражданин РФ достигший ко дню выборов:

25 лет;
18 лет;
21 года;
30 лет;

10. Выборы депутатов ГД ФС РФ назначаются:

Президентом РФ;
Советом Федерации ФС РФ;
Центральной избирательной комиссией РФ;

11. Выборы депутатов ГД ФС РФ осуществляются по:

Мажоритарной избирательной системе;
Пропорциональной избирательной системе;
Смешанной избирательной системе;

12. Общее число кандидатов, включенных в список партии, не может превышать:

500 человек;
600 человек;
550 человек;
650 человек;

Критерии оценивания самостоятельной работы:

За каждый правильный ответ контрольной работы учащийся получает 1 балл:
от 5 до 7 баллов – оценка удовлетворительно (пороговый уровень)
от 8 до 10 – хорошо (продвинутый уровень)
от 11 до 12 – отлично (высокий уровень)

Самостоятельная работа № 3

*(проверка сформированности ПК-2, индикатор ИД-ПК-2.3
(в части анализа процессов политической борьбы в ходе избирательных кампаний))*

1. Что стало характерной чертой развития экономики России в 1990-е гг.?

- 1) преимущественное развитие тяжелой промышленности
- 2) усиление военно-промышленного комплекса
- 3) развитие различных форм собственности
- 4) существенная финансовая поддержка государственных предприятий

2. Какой орган государственной власти России перестал существовать в начале 1990-х гг.?

- 1) Государственный совет
- 2) Верховный Совет
- 3) Совет Федерации
- 4) Конституционный Суд

3. Либерализация цен - это

- 1) отказ от обязательств по погашению долгов страны
- 2) увеличение зарубежных инвестиций
- 3) отказ от государственного регулирования ценообразования
- 4) падение покупательной способности денег и рост цен

4. Какое из утверждений является верным?

- 1) Характерная черта экономической политики правительства Е. Т. Гайдара - отказ от внешних займов
- 2) В 1996 г. Б. Н. Ельцин стал Президентом СССР
- 3) Приватизационные чеки (ваучеры) были введены в 1992 г.
- 4) По Конституции Российская Федерация – парламентская республика

5. В начале октября 1993 г. в Москве было объявлено чрезвычайное положение в связи с

- 1) забастовкой и актами протеста шахтеров
- 2) образованием ГКЧП
- 3) волной демонстраций противников войны в Афганистане
- 4) вооруженными столкновениями сторонников Президента и Верховного Совета

6. Какая черта была характерна для социально-экономической ситуации в стране в начале 1990-х гг.?

- 1) стабилизация экономической ситуации
- 2) снижение уровня жизни основной массы населения
- 3) рост сельскохозяйственного производства
- 4) рост промышленного производства

7. Какая черта характеризовала экономику России в середине 1990-х гг.?

- 1) ликвидация коррупции в сфере экономики
- 2) вывоз капиталов за границу
- 3) отсутствие банковской системы
- 4) отсутствие внешнего долга у России

8. Какая черта характеризовала социальную ситуацию в России в период проведения рыночных реформ в начале 1990-х гг.?

- 1) резкое увеличение неравенства доходов населения
- 2) совершенствование системы государственного социального обеспечения
- 3) введение бесплатного медицинского обслуживания населения
- 4) улучшение демографической ситуации

9. Какая партия победила на парламентских выборах 1993 года?

- 1) КПРФ
- 2) Справедливая Россия
- 3) ЛДПР
- 4) Яблоко

10. Конституция Российской Федерации была принята в

- 1) 1991 г.
- 2) 1993 г.
- 3) 1996 г.
- 4) 1999 г.

Критерии оценивания самостоятельной работы:

За каждый правильный ответ контрольной работы учащийся получает 1 балл:

- от 5 до 6 баллов – оценка удовлетворительно (пороговый уровень)
- от 7 до 8 – хорошо (продвинутый уровень)
- от 9 до 10 – отлично (высокий уровень)

2. Список вопросов и (или) заданий для проведения промежуточной аттестации

На экзамене проверяется сформированность компетенции ПК-2: индикаторы ИД_ПК-2.1, ИД_ПК-2.2, ИД_ПК-2.3 на основе проверки теоретического материала. При этом учитывается сформированность навыков и умений на практических занятиях во время работы в семестре.

Оценка «Отлично» выставляется студенту, демонстрирующему глубокое и полное владение содержанием материала и понятийным аппаратом дисциплины, дающему развернутые, полные и четкие ответы на вопросы экзаменационного билета и дополнительные вопросы, соблюдающему логическую последовательность при изложении материала.

Оценка «Хорошо» выставляется студенту, ответ которого на экзамене в целом соответствует указанным выше критериям, но отличается меньшей обоснованностью и полнотой. В ответе имеют место неточности, которые исправляются самим студентом после дополнительных и (или) уточняющих вопросов экзаменатора.

Оценка «Удовлетворительно» выставляется студенту, дающему недостаточно полные и последовательные ответы на вопросы экзаменационного билета и дополнительные вопросы. В ответах допускаются ошибки в определении и раскрытии основных понятий, формулировке положений, которые студент затрудняется исправить самостоятельно. При аргументации ответа студент не обосновывает свои суждения. На часть дополнительных вопросов студент затрудняется дать ответ или дает неверные ответы.

Оценка «Неудовлетворительно» выставляется студенту, который демонстрирует разрозненные, бессистемные знания, беспорядочно и неуверенно излагает материал, не умеет выделять главное и второстепенное, допускает грубые ошибки при определении сущности раскрываемых понятий вследствие их непонимания, дает неполные ответы, логика и последовательность изложения которых имеют существенные и принципиальные нарушения, в ответах отсутствуют выводы. Дополнительные и уточняющие вопросы экзаменатора не приводят к коррекции ответов студента. На основную часть дополнительных вопросов студент затрудняется дать ответ или дает неверные ответы. Оценка «Неудовлетворительно» выставляется также студенту, который взял экзаменационный билет, но отвечать отказался.

Вопросы к экзамену

(проверка сформированности ПК-2, индикаторы ИД-ПК-2.1, ИД-ПК-2.2, ИД-ПК-2.3)

1. Избирательная система, как политический институт.
2. Компоненты избирательной системы: избирательное право, избирательный процесс (избирательная процедура), процедура отзыва депутатов.
3. Принципы демократического избирательного права. Виды голосования.
4. Агитационная кампания во время избирательной кампании.
5. Мажоритарная избирательная система.
6. Пропорциональная избирательная система.

7. Начало предвыборной агитации, сегментирование электората, стратегия и тактика избирательной кампании.
8. Подготовка к избирательной кампании. «Этапизация» избирательной кампании. Основные «ступени» в выборах в России.
9. Public Relations - продвижение и потенциал СМИ (до официального начала избирательной кампании).
10. Мажоритарно-пропорциональная (смешанная) система.
11. Аудит готовности избирательной кампании.
12. План подготовки избирательной кампании.
13. Принципы и стратегические акценты избирательной кампании.
14. Технология информационных поводов и событий.

Приложение № 2 к рабочей программе дисциплины «Проведение избирательных кампаний»

Методические указания для студентов по освоению дисциплины

Овладение знаниями по курсу «Проведение избирательных кампаний» предполагает посещение лекций и семинарских занятий, проводимых под руководством преподавателя, а также активную самостоятельную работу. Кроме того, к некоторым темам курса предусмотрено выполнение практических заданий.

Цель курса - не только овладеть общими знаниями в области политтехнологий, но и приобрести представление о проведении избирательных и рекламных кампаний, специфике использования знаний в управленческой и организаторской деятельности и об эффективных путях достижения результатов в области избирательных кампаний.

Овладение знаниями по курсу «Проведение избирательных кампаний» предполагает посещение лекций и семинарских занятий, проводимых под руководством преподавателя.

В ходе **лекций** преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия темы, а также связанные с ней теоретические и практические проблемы, дает рекомендации на семинарское занятие и указания на самостоятельную работу.

Практические занятия завершают изучение наиболее важных тем учебной дисциплины. Они служат для закрепления изученного материала, развития умений и навыков подготовки докладов, рефератов, приобретения опыта устных публичных выступлений, ведения дискуссии, аргументации и защиты выдвигаемых положений, а также для контроля преподавателем степени подготовленности студентов по изучаемой дисциплине.

Практические занятия предполагают свободный обмен мнениями по избранной тематике. Он начинается со вступительного слова преподавателя, формулирующего цель занятия и характеризующего его основную проблематику. Затем, как правило, заслушиваются сообщения студентов. Обсуждение сообщения совмещается с рассмотрением намеченных вопросов. Поощряется выдвижение и обсуждение альтернативных мнений. В заключительном слове преподаватель подводит итоги обсуждения и объявляет оценки выступавшим студентам. В целях контроля подготовленности студентов и привития им навыков краткого письменного изложения своих мыслей преподаватель в ходе семинарских занятий может осуществлять текущий контроль знаний в виде контрольных работ.

При подготовке к семинару студенты имеют возможность воспользоваться консультациями преподавателя. Кроме указанных тем студенты вправе, по согласованию с преподавателем, избирать и другие интересующие их темы.

Освоить вопросы, излагаемые в процессе изучения дисциплины «Проведение избирательных кампаний» самостоятельно студенту крайне сложно. Это связано со сложностью изучаемого материала и большим объемом курса. Поэтому посещение всех аудиторных занятий является совершенно необходимым. Без упорных и регулярных занятий в течение семестра сдать зачет по итогам изучения дисциплины студенту практически невозможно.