**Дистанционные задания МФК: курс «Социология выборов» (№1553)**

**Задание №2:** **Лекция по теме курса** «Избирательная кампания как политический проект».

**25.03.2020г**.

 **Тема 4. Избирательная кампания как политический проект**

**Содержание темы:**

Понятие избирательной кампании в широком и в узком смысле. Избирательная кампания как структурный элемент избирательной системы. Юридические, организационные, технологические и политико-управленческие функции и задачи избирательной кампании как политико-управленческого проекта.

Создание «избирательной машины» как необходимое условие организации и проведения эффективной избирательной кампании. Понятие «команда кандидата» и характер ее субъектности. Типовая модель организационной структуры избирательной кампании кандидата в органы власти. Различные подходы к формированию наиболее эффективной структуры команды. Формальные и неформальные структуры организации избирательной кампании. Функции ее структурных элементов. Содержание основных этапов подготовки, организации и проведения эффективной избирательной кампании. Избирательная кампания как специфическая политико-управленческая организация, осуществляющая управление электоральными процессами и вид политического менеджмента.

**Основные вопросы темы:**

1. Понятие избирательной кампании в широком и в узком смысле.

2. Структура, функции и задачи избирательной кампании как политико-управленческого проекта.

3. Основные этапы подготовки, организации и проведения эффективной избирательной кампании.

4. Понятие «команды кандидата» и характер ее субъектности в избирательном процессе.

5. Типовая модель организационной структуры команды кандидата, функции ее структурных элементов.

6. Избирательная кампания как специфическая политико-управленческая организация, осуществляющая управление электоральными процессами и вид политического менеджмента.

**1. Понятие избирательной кампании в широком и в узком смысле.**

* Понятие избирательной кампании в широком и в узком смысле.
* Избирательная кампания как структурный элемент *избирательной системы*.
* Избирательная кампания как структурный элемент *политического процесса.* Соотношение понятий «Политическая кампания», «Избирательная кампания», «Политический менеджмент».

**2.Структура, функции и задачи избирательной кампании как политико-управленческого проекта.**

Структурные элементы:

* Юридические: функции и задачи;
* Организационные: функции и задачи;
* Организационно-управленческие: функции и задачи;
* Технологические: функции и задачи;
* Политико-управленческие: функции и задачи.

**3. Основные этапы подготовки, организации и проведения эффективной избирательной кампании.**

Основные этапы и их содержание:

* Предварительный этап: основные цели, содержание и особенности;
* Подготовительный этап: основные цели и содержание;
* Этап предвыборной борьбы: структура, цели и содержание;
* День голосования и подведение итогов выборов.

**4. Понятие «команда кандидата» и характер ее субъектности в организации и проведении избирательной кампании.**

* Понятие «команда кандидата: различные подходы к формированию команды кандидата;
* Факторы, влияющие на формирования команды кандидата;
* Формальные и неформальные структуры команды кандидата; функции ее структурных элементов;
* Характер субъектности команды кандидата в избирательном процессе: факторы, определяющие ее управленческий потенциал избирательным процессом.

**5. Типовая модель организационной структуры команды кандидата: функции ее структурных элементов.**

 Технологии формирования организационно-управленческой структуры избирательной кампании

* Факторы, определяющие структуру *управленческой организации* избирательной кампанией;
* *Типовая модель* управленческой организации избирательной кампанией и ее персональный функционал.
* Зоны риска в формировании управленческих организаций избирательных кампаний.

**6. Избирательная кампания как специфическая политико-управленческая организация, осуществляющая управление электоральными процессами** и **вид политического менеджмента**

* Избирательная кампания как особый вид политико-управленческих отношений, управленческая организация, предметная область *политического менеджмента.*

**Основная литерактура:**

1. *Амелин В.Н., Федоркин Н.С.* Хочешь стать депутатом? Стань им! Монография. [Электронная версия PR-ИНТЕЛЛЕКТ]. М.: Московское отделение Фонда развития парламентаризма, 1999.

2. *Амелин В.Н., Федоркин Н.С.* Стратегия избирательной кампании. М.: РЦОИТ, 2001.

3. *Володенков С.В*. Управление современными политическими кампаниями: Учебное пособие

для вузов. М.: Изд-во МГУ, 2012.

4. *Гринберг Т.Э.* Политические технологии: ПР и реклама. М.: Аспект-Пресс, 2005.

5. *Кудинов О.П.*  Большая книга выборов. Как проводятся выборы в России. М.: Арт Бизнес Центр, 2003.

6. Справочник по политическому консультированию / под ред. Д.Д. Перлматтера. М.: Консалтинговая группа «ИМИДЖ-КОНТАКТ»; «ИНФРА»-М», 2002.

7. *Плассер Фриц и Плассер Гунда.* Мировая практика проведения политических кампаний: анализ деятельности профессионалов и их опыта. М.: ООО «Вэйл» при содействии ООО «Редакция «ВИДЕО-АСС» 2005.

8. Пушкарева Г.В. Политический менеджмент: Учебное пособие.- М.: Дело, 20002.

**Дополнительная литература:**

2. *Малкин Е., Сучков Е.* Политические технологии. М.: Русская панорама, 2008.

3. *Ольшанский Д.В.* Политический ПР. СПб.: Питер, 2003.

4. *Полуэктов В.В.* Полевые и манипулятивные технологии. Настольная книга менеджера избирательных кампаний. М.: РАГС, 2002.

5. *Федоркин Н.С.* Управление рисками в избирательной кампании // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. 2016, №3.

6. *Чумиков А.Н.*  Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд. М.: Аспект-Пресс, 2012.