

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ
Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего профессионального образования
«Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций
им. проф. М. А. Бонч-Бруевича»

Кафедра Социально-политических наук

ДИСЦИПЛИНА

Политическое консультирование

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

**ПО САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ ПРИ ПОДГОТОВКЕ
К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ**

Направление подготовки	Реклама и связи с общественностью 42.03.01
Профиль подготовки	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Форма обучения	Очное
Составитель:	доцент Д.В.Шутман, ст. преподаватель А.А.Котлярова

Рассмотрено и одобрено на заседании кафедры СПН
(протокол № _____ от _____)

Зав. кафедрой _____ (Чернов С.А.)

Содержание:

1. Введение
2. План самостоятельной работы при подготовке к практическим занятиям
3. Список литературы
4. Интернет-ресурсы

1. Введение

Целями освоения дисциплины является: формирование у выпускника знаний теории политического консультирования и привитие навыков использования полученных знаний в будущей профессиональной деятельности.

Эта цель достигается путем решения следующих(ей) задач(и): изучение основных технологий принятия и реализации политических решений, а также ведения избирательных кампаний различного уровня.

2. План самостоятельной работы при подготовке к практическим занятиям

№ п/п	Наименование темы занятия	Содержание темы
1.	Раздел 1. Эволюция взглядов на политическое консультирование	Появление политических консультаций. Развитие консультационных услуг по созданию имиджа политических лидеров. Развитие комплексной системы сбора и обработки информации, предшествующей предложению и оказанию консультационных услуг в политической сфере. Превращение эпизодических политических консультационных услуг в индустрию бизнеса и управления политической сферой.
2.	Раздел 2. Место роль политического консалтинга в системе консультационных услуг и изучения политической системы общества	Политический консалтинг в общей системе консультационных услуг. Политический консалтинг как комплекс консультационных услуг и комплексное изучение политической сферы общества, региона. Использование услуг профессиональных консультантов и консалтинговых компаний. Адаптация способностей штатных консультантов к специфике политического рынка.
3.	Раздел 3. Методика проведения мониторинга социально-политических процессов, политических предпочтений и электорального поведения.	Методика и техника проведения мониторинга социально-политических процессов. Реализация комплекса информационных, научно-методических, нормативно-правовых, организационных и финансовых мер. Последовательность этапов политического мониторинга, операций и процедур. Особенности этапов сбора, регистрации и обработки данных. Соблюдение требований к формированию выборки, объекту исследования.

"Перечень вопросов по оценке сформированности компетенций образовательной программы"

КОД КОМПЕТЕНЦИИ ПК-21, способностью применять в исследованиях основные концепции и принципы самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем, учитывать их динамику и тенденции

1. Общий кооперативный политический интерес, отсутствие вертикальной иерархии в процессе принятия политического решения, наличие согласованных формальных и неформальных правил коммуникации, - все это признаки:

- а) политического менеджмента;
- б) политической сети;
- в) политического института;
- г) политической структуры.

2. Как называется группа давления, не ставящая цели завоевания власти, а занимающаяся активным «продавливанием» законопроектов, политических решений в интересах определенной социальной группы?

- а) партия;
- б) движение;
- в) лобби;
- г) «теневое правительство».

3. Не связанные с родством отношения личной зависимости, опирающийся на обмен благами между двумя людьми, патроном и клиентом, обладающими ресурсами есть...

- а) кумовство;
- б) коррупция;
- в) клиентелизм;
- в) патронаж.

4. Субъект управления в рамках политического менеджмента

- А) использует право легитимного насилия, статусные ресурсы политической власти
- Б) создает законы и другие общеобязательные нормативные акты
- В) занимается нормотворчеством
- Г) используя специфические методы, добивается таких изменений в поведении многих людей, которые отвечают его интересам и его политическим целям

5. Официальные органы государства, выступающие в качестве политических агентов, специально подготовленных для взаимодействия с общественным мнением, – это:

- А) информационные отделы по связям с общественностью
- Б) политические рекламные агентства
- В) политические лидеры и руководители
- Г) идеологические отделы партий

6. Результат массовых информационно-коммуникативных процессов, в котором действуют политические агенты, специально подготовленные для взаимодействия с общественным мнением, – это формирование:

- А) информационного рынка
- Б) политического пространства
- В) статистической базы
- Г) общества органического типа

7. Способность устанавливать и поддерживать необходимые контакты с другими людьми, своего рода система внутренних ресурсов, необходимых для построения эффективной коммуникации, – это коммуникативная (ое)...?

- А) идентификация
- Б) компетентность
- В) представительство
- Г) достижение

8. В политическом менеджменте субъект управления:

- а. лишен права опереться на государственное принуждение;
- б. лишен права применить меры воздействия в отношении нарушителей закона;
- в. лишен права прибегнуть к применению санкций;
- г. имеет право прибегнуть к применению санкций

9. Какие задачи решает политический менеджмент?

- а. повышение доверия правительству;
- б. лоббирование законопроекта;
- в. победа на выборах;
- г. все перечисленное

10. Получатель информации в процессе политической коммуникации выступает в качестве ...

- А) реципиента
- Б) рецензента
- В) референта
- Г) реноме

3.Список литературы

Основная литература:

1. Колесников, В. Н. Политический менеджмент [Текст] : учебное пособие для бакалавров / В. Н. Колесников, В. А. Семенов. - СПб. : Питер, 2013. - 331 с. - (Стандарт третьего поколения). - ISBN 978-5-496-00427-5 : 337.59 р.
2. Козлихин, И. Ю. Политология [Электронный ресурс] : учебное пособие / Козлихин И. Ю. - Санкт-Петербург : Юридический центр Пресс, 2015. - 112 с. - ISBN 978-5-94201-702-6 : Б. ц. Книга находится в Премиум-версии ЭБС IPRbooks.

Дополнительная литература:

1. Российская, Федерация. Законы Конституция Российской Федерации [Текст] : принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 года / Федерация. Законы Российская. - М. : Юристъ, 2003. - 56 с. - ISBN 5-7975-0097-3 : 14.00 р.
2. Политология [Текст] : учебник для бакалавров / В. А. Ачкасов [и др.] ; ред.: В. А. Ачкасова, В. А. Гуторова ; рец.: И. Ю. Козлихин, С. М. Виноградова. - 3-е изд., испр. и доп. - М. : Юрайт, 2013. - 806 с. - ISBN 978-5-9916-3006-1 : 685.30 р.

4. Интернет-ресурсы

Наименование ресурса	Адрес
PR в России: всероссийский научно-популярный журнал	http://rupr.ru/
Библиотека Екатерины Алеевой: журналистика, реклама, PR	http://www.eartist.narod.ru/journ.htm
Бренд, PR-технологии, теория маркетинга и услуг	http://marketingist.ru