

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова
Факультет политологии
Кафедра государственной политики



УТВЕРЖДАЮ
декан факультета политологии
Иван-корр. РАН, д.и.н., проф.
А.Ю. Шутов

«23» августа 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«ПОЛИТИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

Уровень высшего образования:

Бакалавриат

Направление подготовки / специальность:

41.03.04 – Политология

Направленность (профиль)/специализация ОПОП:

Общий

Форма обучения:

Очная

Рабочая программа рассмотрена и одобрена

на заседании кафедры

государственной политики

(протокол № 10 от 27.06.2023)

Москва 2023

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с самостоятельно установленным МГУ образовательным стандартом (ОС МГУ) для реализуемых основных профессиональных образовательных программ высшего образования по направлению подготовки / специальности «41.03.04 – Политология» в редакции приказа МГУ от 29 декабря 2018 г (с учетом изменений 10 июня 2021 г.).

1. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Политический менеджмент» включена в учебный план ООП по направлению подготовки 41.03.04 «Политология» (бакалавриат) в качестве дисциплины базовой части учебного цикла БЗ – Профессиональный цикл. Читается в 5 и 6 семестрах на 3 курсе.

2. Входные требования для освоения дисциплины (модуля), предварительные условия:

Успешное освоение дисциплины основывается на знании основных понятий, которые формируются, прежде всего, такими дисциплинами, как «Теория политики», «Современная российская политика», «Государственная политика и управление», «Политический анализ и прогнозирование», «Политическая конфликтология», «Политическая социология и психология», дисциплины профилизации.

3. Результаты обучения по дисциплине (модулю):

Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями выпускников)

Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">- основные теории и концепции политического менеджмента в управленческой науке;- уровни, виды и формы политического управления в системе регулирования общественных отношений.- систему взаимоотношений между такими формами регулирования общественных отношений, как политика и политическое управление;- сущность и особенности политического менеджмента в условиях современного демократического государства;- роль и место управленца в политике, а также во взаимоотношениях между государством и обществом;
<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">- принимать участие в планировании и организации управленческих процессов в рамках проведения политических кампаний;- использовать знания о политическом менеджменте и политическом управлении для работы в органах власти и местного самоуправления, аппарате политических партий и общественно-политических движений;- использовать знания о политическом менеджменте для работы в консалтинговых и экспертных структурах;- применять на практике знания о методах, формах, этапах и процедурах политической диагностики для участия в работе по анализу и консультированию процессов политического управления, а также в работе по описанию и прогнозированию процессов принятия и реализации политических решений в органах власти и местного самоуправления, а также в аппаратах политических партий и общественно-политических движений;- проводить политические исследования, включая полевые исследования;- логично и последовательно представлять освоенное знание о политическом менеджменте;
<p>Владеть / иметь навык (опыт):</p> <ul style="list-style-type: none">- навыками научных исследований в области политического управления и менеджмента для работы в научно-исследовательских и аналитических центрах;

<ul style="list-style-type: none"> - методиками политологического анализа, подготовки информационно-аналитических, справочных материалов и проектов научно-исследовательских аналитических разработок по проблемам политического менеджмента; - навыками политической экспертизы; - навыками организации и проведения постоянного мониторинга политических кампаний федерального и регионального уровней; - навыками научных и научно-прикладных исследований современных политических кампаний, методиками политического анализа; - иметь опыт аналитической деятельности в политическом пространстве; - иметь опыт разработки политических проектов; - иметь опыт таргетирования целевых аудиторий политических кампаний; - иметь опыт разработки стратегии политической кампании; - иметь опыт разработки концепций политического исследования; - иметь опыт разработки структурно-функциональной схемы штаба политической кампании; - иметь опыт анализа основных видов агитационно-пропагандистской продукции

Компетенция	Индикатор достижения компетенции	Планируемые результаты обучения
УК-Б1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.	УК- Б 1.1 Осуществляет поиск, критический анализ и синтез информации, применяет системный подход для решения поставленных задач	<p>Знает основные категории философии</p> <p>Умеет проводить анализ содержания философских текстов, выявляя их основные идеи и структуру аргументации</p> <p>Знает главные направления философии в их историческом измерении, характеризующем межкультурное разнообразие общества</p> <p>Умеет ориентироваться в мировоззренческой проблематике, связанной с системным решением поставленных задач</p> <p>Владеет способностью к междисциплинарному синтезу, опирающемуся на философские концепции</p> <p>Умеет ориентироваться в мировоззренческой проблематике, связанной с системным решением социальных и профессиональных задач</p> <p>Владеет способностью к междисциплинарному синтезу</p>
УК-Б5 Способен осуществлять социальные и профессиональные взаимодействия, реализовывать свою роль в команде, организовывать работу в команде для решения профессиональных задач.	УК- Б 5.1 Осуществляет социальные и профессиональные взаимодействия, реализует свою роль в команде, организовывает работу в команде для решения профессиональных задач	<p>Умеет осуществлять социальные и профессиональные взаимодействия</p> <p>Умеет реализовывать свою роль в команде</p> <p>Умеет организовывать работу в команде для решения профессиональных задач</p>
УК-Б9 Способен использовать современные информационно-коммуникационные технологии в академической и профессиональной сферах.	УК- Б 9.1 Использует современные информационно-коммуникационные технологии в академической и профессиональной сферах	<p>Знает основные понятия в области информационно-коммуникационных технологий</p> <p>Умеет пользоваться современными информационно-коммуникационными технологиями</p>
ОПК-Б3 Способен выделять содержательно значимые данные из	ОПК- Б 3.1. Выделяет содержательно значимые данные из массивов информации	<p>Знает о массивах информации</p> <p>Знает о современных программных средствах и приемах</p> <p>Умеет выделять значимые события</p>

массивов информации в соответствии с видом деятельности, обрабатывать их с использованием современных программных средств и приемов, интерпретировать полученные результаты.	в соответствии с видом деятельности; обрабатывает их с использованием современных программных средств и приемов; интерпретирует полученные результаты	Умеет обрабатывать информацию и интерпретировать результаты Владеет навыками использования современных программных средств и приемов Владеет навыками обработки и интерпретации полученной информации
ОПК-Б5 Способен использовать фундаментальные и современные научные теории и методы, в том числе в междисциплинарных областях, в научно-исследовательской работе в соответствии с видом деятельности.	ОПК- Б 5.1. Использует фундаментальные и современные научные теории и методы, в том числе в междисциплинарных областях, в научно-исследовательской работе	Знает фундаментальные и современные научные теории и методы Умеет использовать фундаментальные и современные научные теории и методы в научно-исследовательской работе Владеет навыками научно-исследовательской работы в политологии и междисциплинарных областях
ОПК-Б7 Способен участвовать в проектировании и реализации организационно-управленческих решений в соответствии с видом деятельности.	ОПК- Б 7.1. Участвует в проектировании и реализации организационно-управленческих решений	Знает теорию разработки, принятия и осуществления организационно-управленческих решений Умеет проектировать и реализовывать организационно-управленческие решения Владеет навыками проектирования и реализации организационно-управленческих решений
ПК-Б1 Способен использовать теоретический, методологический и методический инструментарий политологии для решения установленных научных задач.	ПК- Б 1.1. Использует теоретический, методологический и методический инструментарий политологии для решения научных задач	Знает основы теории, методологии и методику политической науки Умеет использовать на практике теоретический, методологический и методический инструментарий политологии Владеет способами решения научных задач
ПК-Б8 Способен выполнять задачи определенной направленности в рамках проведения политических кампаний в соответствии с утвержденной стратегией.	ПК- Б 8.1. Выполняет различные задачи на разных этапах проведения политических кампаний	Знает стратегии проведения различных политических кампаний Умеет выполнять задачи в рамках проведения конкретной политической кампании Владеет методами, способами и приемами проведения политических кампаний
ПК-Б10 Способен разработать алгоритм поисковой работы в информационном пространстве при анализе текстовой	ПК- Б 10.1. Разрабатывает алгоритм поисковой работы в информационном пространстве при	Знает основы информационно-поисковой работы и анализа социально-политической информации Умеет составлять алгоритм поиска и анализа социально-политической информации

социально-политической информации.	анализе текстовой социально-политической информации	Владеет способами и приемами поиска и анализа текстовой социально-политической информации
ПК-Б15 Способен проектировать политико-управленческие решения в установленном диапазоне в соответствии с поставленными задачами.	ПК- Б 15.1. Проектирует политико-управленческие решения	Знает теорию разработки и осуществления политико-управленческих решений Умеет проектировать политико-управленческие решения Владеет приемами проектирования политико-управленческих решений в установленном диапазоне в соответствии с поставленными задачами
ПК-Б18 Способен участвовать в сборе, анализе и систематизации информации, необходимой для реализации политологического (политического) проекта, оформлении макета (модели) проекта.	ПК- Б 18.1. Участвует в сборе, анализе и систематизации информации, необходимой для реализации политологического (политического) проекта, оформлении макета (модели) проекта	Знает основные этапы работы с информацией при реализации политологического (политического) проекта Умеет собирать, анализировать и систематизировать информацию для политологического (политического) проекта; оформлять макет (модель) проекта Владеет методами сбора, анализа и систематизации информации, необходимыми для реализации политологического (политического) проекта; приемами оформления макета (модели) проекта

4. Объем дисциплины (модуля)

составляет 4 зачетных единицы, в том числе 102 академических часов, отведенных на контактную работу обучающихся с преподавателем, 42 академических часов на самостоятельную работу обучающихся.

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий:

5.1. Структура дисциплины (модуля) по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий (в строгом соответствии с учебным планом)

Наименование разделов и тем дисциплины (модуля), Форма промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)	Всего (часы)	В том числе		Самостоятельная работа обучающегося, часы	Форма промежуточного контроля (при наличии)	Всего
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем) Виды контактной работы, часы				
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа			

Раздел 1. История, теория и методология политического менеджмента	36	8	18	10		36
Тема 1. Методологическое введение в современный политический менеджмент	10	2	4	4		10
Тема 2. Основные этапы формирования современного менеджмента	8	2	4	2		8
Тема 3. Функции современного менеджмента	8	2	4	2		8
Тема 4. Управленческое решение	10	2	6	2		10
Раздел 2. Содержание и структура политических кампаний как формы политического управления	88	22	42	24		88
Тема 5. Политические кампании	11	3	6	2		11
Тема 6. Информационно-аналитическое обеспечение процесса политического управления	12	4	6	2		12
Тема 7. Стратегия политической кампании	11	3	6	2		11
Тема 8. Политический имидж и политический бренд	12	2	6	4		12
Тема 9. Контрпропагандистская деятельность в современной политической практике	7	2	2	3		7
Тема 10. Тактический уровень политического управления	9	2	4	3		9
Тема 11. Политические коммуникации и политическое управление	9	2	4	3		9
Тема 12. Манипулирование общественным сознанием в политическом управлении	9	2	4	3		9
Тема 13. Полевое направление работ в политическом управлении	8	2	4	2		8
Раздел 3. Цифровизация современного политического менеджмента и его технологические трансформации	16	4	8	4		16
Тема 14. Технологии Big Data в процессах современного политического управления	8	2	4	2		8
Тема 15. Особенности и возможности применения технологий искусственного	8	2	4	2		8

интеллекта и самообучающихся нейросетей в современной политической практике						
Самостоятельная работа:						
<i>Творческая работа (эссе)</i>	4			4		4
<i>Другие виды самостоятельной работы</i>						
Вид промежуточной аттестации 5 семестр - зачет, 6 семестр - экзамен						
Итого	144	34	68	42		144

5.2. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование разделов дисциплин	Содержание разделов дисциплин
1.	Раздел 1. История, теория и методология политического менеджмента	Тема 1. Методологическое введение в современный политический менеджмент. Тема 2. Основные этапы формирования современного менеджмента. Тема 3. Функции современного менеджмента Тема 4. Управленческое решение
2.	Раздел 2. Содержание и структура политических кампаний как формы политического управления	Тема 5. Политические кампании Тема 6. Информационно-аналитическое обеспечение процесса политического управления Тема 7. Стратегия политической кампании Тема 8. Политический имидж и политический бренд Тема 9. Контрпропагандистская деятельность в современной политической практике Тема 10. Тактический уровень политического управления Тема 11. Политические коммуникации и политическое управление Тема 12. Манипулирование общественным сознанием в политическом управлении Тема 13. Полевое направление работ в политическом управлении
3	Раздел 3. Цифровизация современного политического менеджмента и его технологические трансформации	Тема 14. Технологии Big Data в процессах современного политического управления Тема 15. Особенности и возможности применения технологий искусственного интеллекта и самообучающихся нейросетей в современной политической практике

6. Фонд оценочных средств (ФОС) для оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю).

6.1. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения текущего контроля успеваемости, критерии и шкалы оценивания

Тематика и вопросы семинарских занятий или иных форм текущего контроля

Тема 1. Методологическое введение в современный политический менеджмент

Соотношение управления и политики как способов регулирования общественных отношений: основные подходы. Дуализм доктрин публично-политического и менеджерально-частного управления. Концепция В. Вильсона, функционалистская теория, концепция нового публичного менеджмента, концепция политических сетей, концепция представительной демократии;

Понятие и содержание феномена управления. Субъект и объект управления. Управление как система субъектно-объектного взаимодействия. Основные виды субъектов политического управления: институциональные и индивидуально-групповые;

Принцип обратной связи в социальном управлении. Типы обратной связи. Функции обратной связи в политическом управлении.

Содержание, особенности и виды политического управления. Цели политического управления. Государство как основной институт политического управления;

Соотношение политического управления и политического менеджмента: основные подходы;

Современный менеджмент как наука и как искусство.

Задания для самостоятельной работы

Опишите основные подходы к пониманию сущности политики и управления. Каким образом соотносятся между собой политика и управление?

Почему осуществление процесса управления невозможно без наличия цели?

Определите субъектов управления в реальной политической практике;

Какое значение играет обратная связь в процессах управления?

Тема 2. Основные этапы формирования современного менеджмента

Исторические предпосылки возникновения менеджмента: политические, экономические, организационные и социальные;

Основные школы в истории менеджмента: Ф.Тейлор и школа «научного менеджмента»; А.Файоль и административная школа управления, принципы классического менеджмента; Концепция рациональной бюрократии М. Вебера и бюрократическая модель управления; М. Фоллет и доктрина «человеческих отношений»; ситуационный подход; концепция управления человеческими ресурсами; бихевиористские подходы к менеджменту;

Кибернетика как наука об управлении. Н.Винер, У.Эшби, С.Бир;

Прикладная общая теория систем Ван Гига и модели системного управления: Р.Берталанфи, Ч.Барнард, Э.Голднер, Р.Мертон, Т.Парсонс, Г.Саймон);

Концепция Т.Веблена: отсутствующая собственность. Революция менеджеров: Дж.Бернхем. Общество «третьей волны» О.Тоффлера. «Предпринимательское общество» П.Друкера.

Задания для самостоятельной работы

Изучение литературы по теме. Анализ основных школ менеджмента и их компаративный анализ. Особенности кибернетики как науки об управлении.

Тема 3. Функции современного менеджмента

Классические функции менеджмента: планирование, организация, мотивация, контроль, принятие решений, коммуникация;

Функциональные полномочия: линейные и штабные;

Организационные коммуникации в менеджменте;
Формирование горизонтальных связей в менеджменте;
Виды и формы мотивации в управлении. Теория иерархии потребностей А. Маслоу;
Методы и формы контроля в управлении.

Задания для самостоятельной работы

Анализ реализации основных функций управления в реальной практике современного политического менеджмента. Изучение взаимосвязи функций управления. Изучение литературы по теме.

Тема 4. Управленческое решение

Сущность управленческого решения;
Место и роль принятия политических решений в системе власти и управления;
Особенности принятия политических решений.

Основные концептуальные подходы и модели принятия управленческих решений: нормативный и дескриптивный подходы, универсально-рационалистическая, инкременталистская и смешанно-сканирующая модели. Соотношение нормативной и поведенческой концепций принятия политических решений;

Типология управленческих решений;
Политическое решение: субъекты принятия, этапы и процедуры принятия;
Реализация политических решений.

Тема 5. Политические кампании

Политическая кампания как форма политического управления;

Виды политических кампаний: имиджевые кампании, избирательные кампании, политическое брендинг, политический лоббизм, инициирование и разрешение политических конфликтов, создание политических союзов и блоков, кампании по мобилизации масс, информационные кампании по дискредитации политических оппонентов;

Направления деятельности в рамках политической кампании и их содержание: управленческое, аналитическое, содержательное, медийное, полевое, правовое, контрпропагандистское, обеспечивающее.

Задания для самостоятельной работы

Анализ практического опыта использования различных форм политических кампаний в современной российской и зарубежной практике. Определение типов реальных политических кампаний. Особенности различных видов политических кампаний.

Раскройте содержание и особенности основных видов политического управления;

Покажите основные особенности политической кампании как вида управленческих отношений;

Проанализируйте современную политическую практику и покажите примеры различных видов реальных политических кампаний;

Раскройте содержание основных направлений работы в политической кампании;

Проанализируйте современную политическую практику и покажите, каким образом в ней реализуются основные направления работы в рамках политических кампаний;

Раскройте содержание и значение содержательного и медийного направлений работы в политической кампании;

Приведите пример известной политической кампании. Выделите в ней основные цели и задачи, а также субъектов и объект управления;

Покажите, каким образом реализуются основные функции управления в реальной политической кампании;

Тема 6. Информационно-аналитическое обеспечение процесса политического управления

Содержание и особенности информационно-аналитического обеспечения политического управления;

Виды исследований. Содержание и особенности. Количественные и качественные исследования. Массовые опросы, фокус-группы, экспертные интервью, глубинные интервью. Ресурсная диагностика;

Стартовая диагностика политической ситуации. SWOT-анализ политической ситуации;

Оперативная диагностика. Оперативная оценка эффективности политического управления. Мониторинг информационного пространства и анализ медийной активности политических оппонентов.

Задания для самостоятельной работы

Роль информационного ресурса в политическом управлении. Особенности применения различных видов исследований в политике. Раскройте значение стартовой диагностики политической ситуации для осуществления управления политической кампанией;

Укажите основные виды исследований, раскройте их содержание и особенности;

Какие виды ресурсов исследуются в рамках ресурсной диагностики?

Раскройте содержание и особенности оперативной диагностики в рамках аналитического направления политической кампании;

С какой целью в политической кампании проводятся мониторинги медийной и агитационно-пропагандистской активности политических оппонентов?

Что такое управляющий опрос? В каких целях используется метод управляющих опросов?

Тема 7. Стратегия политической кампании

Содержание и структура стратегического плана политической кампании;

Цели политической кампании;

Целевые аудитории политической кампании. Способы и виды таргетирования. Основные подходы в работе с запросами целевых аудиторий;

Имиджевая концепция как составная часть стратегии политической кампании;

Послание и слоган политической кампании как элемент стратегии политической кампании.

Задания для самостоятельной работы

Роль, особенности и структура стратегии политической кампании. Анализ стратегий политических кампаний из реальной практики.

Опишите структуру стратегического плана политической кампании;

Какими могут быть стратегические цели политической кампании?

Для чего необходимо определять целевые аудитории политической кампании? Укажите целевые аудитории реальных политических кампаний из современной практики;

Покажите, каким образом можно определить целевые аудитории политической кампании;

Раскройте содержание имиджевой концепции и ее роль в политической кампании;

Почему имиджевая концепция должна разрабатываться на основе предварительной диагностики?

Какие модели поведения могут формироваться в рамках политической кампании?

Проанализируйте известную политическую кампанию из реальной практики. Укажите цели кампании, целевые аудитории, имиджевую концепцию. Определите соответствие имиджевой концепции особенностям целевых аудиторий кампании;

Укажите основные подходы к работе с запросами и потребностями целевых аудиторий политической кампании;

Тема 8. Политический имидж и политический бренд

Виртуализация современной публичной политики: содержание, особенности, тенденции. Теория информационного общества Уэбстера. Понятие символического капитала и символической власти П. Бурдьё. Ж. Бодрийяр: симуляции и симулякры;

Понятие, содержание, структура и особенности политического имиджа.

Направления и методы имиджевой работы;

Политический бренд: содержание, особенности, структура;

Политическое брендингирование как направление политического менеджмента: этапы и технологии. Интегрированные бренд-коммуникации;

Особенности создания современных партийных брендов.

Задания для самостоятельной работы

Что такое политический бренд? Раскройте содержание, структуру и особенности политического бренда;

Проанализируйте реальный партийный бренд из современной политической практики и разработайте рекомендации по его оптимизации;

Опишите процедуру проведения SWOT-анализа политического имиджа;

Проведите SWOT-анализ имиджа реального известного политика;

На основе SWOT-анализа разработайте рекомендации по коррекции имиджа для известного политического деятеля;

На каких методах основана работа по предотвращению негативизации имиджа о стороны политических оппонентов?

Укажите основные направления работы с политическим имиджем в политической кампании;

Укажите основные направления контрпропагандистской работы с имиджем политических оппонентов;

Тема 9. Контрпропагандистская деятельность в современной политической практике

Контрпропагандистская концепция противодействия политическим оппонентам: содержание и структура;

Виды работ в рамках контрпропагандистского направления. Противодействие контрпропагандистскому воздействию со стороны политических оппонентов;

Методы контрпропагандистской работы. Метод вакцинации. Метод доведения до абсурда. Метод перефокусировки внимания.

Задания для самостоятельной работы

Анализ практики применения методов контрпропагандистской работы в политических кампаниях в современной отечественной и зарубежной практике

Тема 10. Тактический уровень политического управления

Особенности реализации стратегии политического управления на тактическом уровне;

Реализация основных направлений работы в политической кампании на тактическом уровне;

Построение управленческой структуры политической кампании;

Структурно-функциональная схема управления политической кампанией. Штаб кампании. Организационные структуры управления: линейные, пирамидальные, горизонтально-функциональные, иерархические, бригадные, штабные, матричные, сетевые, распределенные (облачные).

Задания для самостоятельной работы

Анализ кейсов из реальной практики политического управления. Определение типов структурно-функциональной организации политической кампании.

Тема 11. Политические коммуникации и политическое управление

Феномен политической коммуникации: понятие, содержание и структура;

Роль политической коммуникации в политическом управлении: основные подходы;

Основные концепции и модели политической коммуникации. Теория массового общества и Г. Блумер; концепция коммуникации Г. Лассуэлла; модель двухуровневой коммуникации П. Лазарсфельда; коммуникативная концепция Х. Арендт; информационно-кибернетический подход и К. Дойч, политическая коммуникация в функционалистской теории Г. Алмонда и Дж. Коулмана; неомарксистский подход к пониманию политической коммуникации (Т. Адорно, М. Хоркхаймер, Г. Маркузе, Г. Шиллер, Ю. Хабермас); Ю. Хабермас и политическая коммуникация; Торонтская школа коммуникативистики: М. Маклюэн и Х.-А. Иннис.

Задания для самостоятельной работы

Теория массового общества и Г. Блумер; концепция коммуникации Г. Лассуэлла; модель двухуровневой коммуникации П. Лазарсфельда; коммуникативная концепция Х. Арендт; информационно-кибернетический подход и К. Дойч, политическая коммуникация в функционалистской теории Г. Алмонда и Дж. Коулмана; неомарксистский подход к пониманию политической коммуникации (Т. Адорно, М. Хоркхаймер, Г. Маркузе, Г. Шиллер, Ю. Хабермас); Ю. Хабермас и политическая коммуникация; Торонтская школа коммуникативистики: М. Маклюэн и Х.-А. Иннис

Тема 12. Манипулирование общественным сознанием в политическом управлении

Сущность политической манипуляции. Цели и виды политической манипуляции;

СМИ как инструмент политической манипуляции общественным сознанием;

Политические мифы: содержание, особенности, место в процессе политической манипуляции;

Технологии и методы манипулирования общественным мнением в политическом управлении

Задания для самостоятельной работы

Анализ практики манипулирования общественным мнением в современном российском и зарубежном политическом управлении.

Раскройте содержание и особенности политической манипуляции;

Опишите роль СМИ в процессе политической манипуляции;

Раскройте содержание основных методов манипуляции общественным сознанием;

Проанализируйте медиаконтент средств массовой информации на предмет наличия политической манипуляции. Приведите примеры использования методов манипуляции в реальной политической практике;

Тема 13. Полевое направление работ в политическом управлении

Содержание и особенности полевого направления работ;

Формы и методы работы в рамках полевого направления политической кампании;

Формирование сетей для работы с населением. Организация и проведение встреч с целевыми аудиториями. Организация и проведение пикетов, митингов. Демонстраций;

Лидеры общественного мнения в политической кампании;

Технологии «вовлечения» целевых аудиторий и soft power технологии в современном политическом управлении.

Задания для самостоятельной работы

Анализ практики использования полевых технологий в современном политическом управлении. Особенности использования полевых технологий в цветных революциях.

Раскройте содержание и особенности полевого направления работ в политической кампании;

Укажите основные формы полевой работы в рамках политической кампании;

В чем заключается агитационно-пропагандистское значение процесса сбора подписей?

Раскройте содержание и особенности такой формы полевой работы как организация и проведение встреч с представителями целевых аудиторий;

Каковы особенности политических пикетов как формы полевой работы?

В чем заключаются особенности работы по вовлечению представителей целевых аудиторий в совместную деятельность?

Какова роль лидеров общественного мнения доверенных лиц в политической кампании?

Проанализируйте, какие формы полевой работы использовались в известных политических кампаниях из реальной практики. Оцените эффективность полевой работы в данных кампаниях.

Тема 14. Технологии Big Data в процессах современного политического управления

Понятие цифрового следа;

Социальные медиа как ресурсы формирования массивов Big Data;

Негомогенный таргетинг целевых аудиторий и его особенности;

Предиктивная аналитика больших данных;

«Цифровые ценностно-смысловые капсулы» и цифровой фрейминг;

Феномен цифровых информационных капсул и эхо-камеры К. Санстейна.

Цифровое неравенство и «дата-классы».

Концепции «капитализма платформ» и «капитализма слежения».

Задания для самостоятельной работы

Укажите, каким образом субъекты политического управления могут использовать технологии Big Data для достижения своих целей;

Раскройте возможности использования в политическом управлении современных технологий Big Data;

Приведите примеры использования цифровых следов в современной политической практике;

Проанализируйте основные угрозы и риски применения Big Data в аспекте сохранения приватности личности;

Тема 15. Особенности и возможности применения технологий искусственного интеллекта и самообучающихся нейросетей в современной политической практике

Практика применения технологий искусственного интеллекта и самообучающихся нейросетей в современной политике.

Особенности применения «умных» технологий в цифровом пространстве общественно-политических коммуникаций. Нейроботы с эмоциональным интеллектом, виртуальные чиновники, виртуальные политики.

Аватаризация и интерфейсизация цифровых коммуникаций.

Проблема субъектности «умных» коммуникаций в современных общественно-политических процессах.

Гибридная субъектность и новая социотехническая реальность: содержание и особенности.

Технология Deep fake и практика ее применения в процессах цифровой манипуляции и

пропаганды.

Риски, угрозы и вызовы внедрения технологий искусственного интеллекта и нейросетевых алгоритмов в цифровое пространство политических коммуникаций.

Задания для самостоятельной работы

Проанализируйте практический опыт применения технологий искусственного интеллекта и нейросетевых алгоритмов в современных политических процессах.

Приведите примеры применения технологий искусственного интеллекта и нейросетевых алгоритмов в современной политической практике.

Определите перспективные области применения технологий искусственного интеллекта и самообучающихся нейросетей для решения задач политического управления.

Для оценки самостоятельной работы студентов используются следующие критерии:

Аналитическое практическое задание

Задание направлено на развитие профессиональных навыков анализа учебно-методических документов и учебных занятий. Выполнение студентом задания позволяет контролировать освоение им материала, а также развивать способность применять теоретические знания на практике.

Максимальная оценка – 5 баллов

Требования к выполнению задания:

- самостоятельность выполнения – 1 балл;
- творческий подход – 1 балл;
- точность выполнения задания – 1 балл;
- стилистика и логика изложения материала – 1 балл;
- аналитические способности – 1 балл.

Ситуационные задания

Максимальная оценка- 5 баллов.

Ситуационное задание считается выполненным, если:

- ответ изложен в полном объеме и логично – 1 балл;
- анализируемый материал систематизирован – 1 балл;
- глубоко и полно определены основные понятия – 1 балл;
- выводы и обобщения формулируются доказательно – 1 балл;
- студент владеет необходимыми умениями и навыками анализа категорий и понятий

политологии, для решения ситуационных заданий использовано знание основной и дополнительной литературы, лекционного материала, а для обоснования ответа приведены также примеры из политической практики – 1 балл.

Незначительные неточности или отдельные пробелы в решении задания позволяют преподавателю снизить оценку.

Участие студента в интерактивных формах проведения учебных занятий

Участие студента в интерактивных формах проведения учебных занятий («круглый стол», научная конференция) может быть зачтено, если его выступление отвечает содержанию рассматриваемой проблематики дисциплины, ответы даны в полном объеме и логично;

анализируемый материал систематизирован; глубоко и полно определены основные понятия; выводы и обобщения формулируются доказательно; студент владеет необходимыми умениями и навыками анализа категорий и понятий дисциплины, использовано знание лекционного материала, основной и дополнительной литературы.

Рейтинговая карта (5 семестр, зачет)

представляет собой комплекс правил и методических указаний, в соответствии с которыми осуществляется контроль индивидуальной успеваемости студентов при освоении дисциплины. 30% от максимального количества баллов студент может получить за посещение аудиторных учебных занятий, 70% – за выполнение заданий для самостоятельной работы:

№	Формы контроля и вид отчетности	Количество	Баллы на единицу отчетности	Максимально возможное количество баллов
1.	Посещение лекции	9	4	36
	<i>Максимальное кол-во баллов</i>			36
2.	Тестирование	1	до 5	5
3.	Выполнение домашних заданий (в т.ч. написание контрольной работы, решение ситуационных, аналитических практических и иных заданий)	9	до 5	45
4.	Подготовка доклада (реферата) и его публичная защита на «круглом столе» (научной конференции)	1	до 12	12
5.	Подготовка презентации по теме выступления	1	до 6	6
	<i>Максимальное кол-во баллов</i>			68
	Общее количество баллов, необходимое для получения оценки «зачтено»	60-104		

6.2. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю), критерии и шкалы оценивания

Примерные экзаменационные вопросы

1. Соотношение политики и управления: основные подходы.
2. История развития науки об управлении и основные школы управления.
3. Понятие управления. Субъект и объект управления.
4. Политическое решение: содержание, особенности, этапы принятия.
5. Понятие прямой и обратной связей в управлении.
6. Организация и проведение встреч с целевыми аудиториями политической кампании.
7. Коммуникация как функция политического управления.
8. Направления работы в рамках политической кампании.
9. Полевое направление политической кампании.
10. Оперативная диагностика политической ситуации.

11. Планирование как функция политического управления.
12. Содержательное направление политической кампании.
13. Виды политического управления. Их содержание и особенности.
14. Электоральный и имиджевый ресурсы политической кампании.
15. Понятие политической кампании. Виды политических кампаний.
16. Политическая диагностика. Виды и содержание.
17. Понятие, содержание, особенности и структура политического бренда.
18. Основные функции управления.
19. Количественные методы диагностики. Содержание и особенности.
20. Стратегия политической кампании.
21. Целевые аудитории политической кампании.
22. Ресурсная диагностика как вид политических исследований.
23. Информационный ресурс в политической кампании.
24. Понятие политики. Ее содержание и особенности.
25. Контроль как функция политического управления.
26. Структурно-функциональная схема штаба политической кампании.
27. Содержание и особенности политического управления.
28. Мониторинг медийной активности политических оппонентов.
29. Административный ресурс в политической кампании.
30. Стартовая диагностика политической ситуации.
31. Виды мотивации в управлении.
32. Качественные методы исследований. Фокус-группы и экспертные интервью. Содержание и особенности.
33. Метод вакцинации в работе с общественным мнением.
34. Основные подходы к формированию потребностей целевых аудиторий. Пирамида Маслоу.
35. Основные формы работы в информационном пространстве в рамках содержательного направления политической кампании.
36. SWOT-анализ политического имиджа и управление электоральными рейтингами.
37. Виртуализация современной публичной политики: особенности и тенденции.
38. Особенности применения в политическом управлении современных онлайн-технологий.
39. Понятие Big Data и особенности применения цифровых данных в современном политическом управлении.
40. Проблема субъектности цифровых общественно-политических коммуникаций в условиях распространения технологий искусственного интеллекта и нейросетевых алгоритмов.

Примерные зачетные вопросы

1. Понятие политики. Ее содержание и особенности.
2. Соотношение политики и управления: основные подходы.
3. История развития науки об управлении и основные школы управления.
4. Понятие управления. Субъект и объект управления.
5. Политическое решение: содержание, особенности, этапы принятия.
6. Понятие прямой и обратной связей в управлении.

7. Коммуникация как функция политического управления.
8. Направления работы в рамках политической кампании.
9. Планирование как функция политического управления.
10. Содержательное направление политической кампании.
11. Виды политического управления. Их содержание и особенности.
12. Основные функции управления.
13. Информационный ресурс в политической кампании.
14. Контроль как функция политического управления.
15. Содержание и особенности политического управления.
16. Мониторинг медийной активности политических оппонентов.
17. Административный ресурс в политической кампании.
18. Виды мотивации в управлении.
19. Электоральный и имиджевый ресурсы политической кампании.
20. Ресурсная диагностика как вид политических исследований.

Критерии и шкала оценивания экзамена

Шкала	Критерии оценивания знаний обучающегося
отлично	всестороннее, систематическое и глубокое знание программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоивший основную и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой. Как правило, оценка «отлично» выставляется студентам, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявившим творческие способности в понимании, изложении и использовании учебного материала
хорошо	полное знание программного материала, успешно выполняющий предусмотренные в программе задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную в программе. Как правило, оценка «хорошо» выставляется студентам, показавшим систематический характер знаний по дисциплине и способным к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности
удовлетворительно	знание основного программного материала в объёме, необходимом для дальнейшей учёбы и предстоящей работы по профессии, справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой, знакомый с основной литературой, рекомендованной программой. Как правило, оценка «удовлетворительно» выставляется студентам, допустившим погрешности непринципиального характера в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий
неудовлетворительно	пробелы в знаниях основного программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине

Критерии и шкала оценивания зачета

Шкала	Критерии оценивания знаний обучающегося
зачтено	Студент полно излагает материал, дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные.
не зачтено	Студент обнаруживает незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

7. Ресурсное обеспечение:

7.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература

1. Castells, M. The Rise of the Network Society. The Information Age. Economy, Society, and Culture. vol. 1; 2nd Edition with a New Preface edition. Wiley-Blackwell, 2009
1. Бодрийяр, Ж. Симулякры и симуляция. – М.: Издательский дом «Постум», 2018
2. Володенков С.В. Интернет-коммуникации в глобальном пространстве современного политического управления: навстречу цифровому обществу. – М.: Издательство Проспект, 2020
3. Володенков С.В. Политический менеджмент и управление современными политическими кампаниями. – М.: Издательство Проспект, 2021 (основной базовый учебник по дисциплине)
4. Грачев М.Н. Политика: коммуникационное измерение. – Тула: Издательство Тульского государственного педагогического университета им. Л. Н. Толстого, 2011
5. Грачев М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. – М.: Издательство “Прометей”, 2004;
6. Дегтярев А.А. Основы политической теории: Учеб. пособие / Ин-т "Открытое общество". – М.: Высшая школа, 1998;
7. Засурский Я.И. От электронного общества к мобильному // Информационное общество. 2008. № 5/6. – С. 34–36
8. Иванов Д. В. Виртуализация общества. Версия 2.0. СПб.: Петербургское Востоковедение, 2002
9. Ильин А.А. Интернет-реальность как социальная актуальная и виртуальная реальности // Социальная политика и социология. 2009. № 2. – С. 304–310
10. Кастельс М. Становление общества сетевых структур // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / Под редакцией В. Л. Иноземцева. М.: Academia, 1999
11. Колесников В., Смирнов В. Политический менеджмент. СПб.: Питер, 2012
12. Липпманн У. Общественное мнение/Пер. с англ. Т.В. Барчуновой - М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004
13. Луман Н. Реальность массмедиа. М.: Праксис, 2005
14. Майкл Х. Мескон, Майкл Альберт, Франклин Хедоури. Основы менеджмента. 3-е издание. М.: Вильямс, 2009;
15. Маркузе Г. Одномерный человек // Эрос и цивилизация. Одномерный человек. М.: АСТ, 2003
16. Морозова Е.Г. Электоральный менеджмент: Учебное пособие. М.: РЦОИТ, 2002;
17. Паренти М. Демократия для немногих. М.: Прогресс, 1990
18. Пушкарева Г.В. Политический менеджмент. Учебное пособие. – М.: Юрайт, 2014;
19. Соловьев А.И. Принятие государственных решений. Учебное пособие. – М.: КноРус, 2006.

20. Соловьев А.И.. Политология. Политическая теория. Политические технологии. М.: Аспект Пресс, 2000;
21. Уэбстер Ф. Теории информационного общества. - М.: Аспект Пресс, 2004
22. Шабров О.Ф. Политическое управление: проблема стабильности и развития. - М.: Интеллект, 1997.
23. Шестопап Е.Б. Политическая психология. Учебник. М.: Аспект-Пресс, 2010;
24. Шмидт Э., Коэн Д. Новый цифровой мир. Как технологии меняют жизнь людей, модели бизнеса и понятие государств. М.: Издательство Манн, Иванов и Фербер, 2013

Дополнительная литература

Литература к теме 1:

1. Афанасьев В.Г. Общество: системность, познание и управление. М., 1981;
2. Буренко В.И. «Власть – Политика – Управление в системе отношений «Общество-государство». <http://www.mosgu.ru/nauchnaya/publications/professor.ru/Burenko/> ;
3. Вебер М. Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990;
4. Вейлл П. Искусство менеджмента. М., 1993;
5. Винер Н. Кибернетика и общество. - М: Издательство иностранной литературы, 1958;
6. Винер Н. Кибернетика или управление и связь в животном и машине. М., 1983;
7. Государственная политика и управление. Учебник. В 2 ч. Часть I. Концепции и проблемы государственной политики и управления / Под ред. Л.В. Сморгунова. — М: «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 2006;
8. Денкен Жан-Мари. Политическая наука. М., 1993;
9. Кнорринг В.И. Теория, практика и искусство управления. М., 1999;
10. Пушкарева Г.В. Политический менеджмент в системе управленческих отношений современного общества. // Вестник МГУ: Управление (государство и общество). Серия 21, 2005, - N3;
11. Соловьев А.И. Политика и управление: когнитивные основания взаимосвязи. Вестник Московского университета. Серия 21. Управление (государство и общество) №3 – 2005;
12. Франчук В.И. Социальное управление: самоуправление, менеджмент, политическое руководство. – М.:Компания Спутник+, 2007;
13. Хабермас Ю. Философский спор вокруг идеи демократии (Лекция вторая) // Хабермас Ю. Демократия. Разум. Нравственность. - М., 1995;
14. Шварценберг Р.-Ж. Политическая социология. В 3-х ч. Ч.I., М., 1992
15. Эшби У.Р. Введение в кибернетику. – М., 1959;
16. Deutsch K. The Nerves of Government: Models of Political Communication and Control. - N.Y.: Free Press, 1966;
17. Rabin J., Bowman J.S. Introduction: Politics and Administration// Woodrow Wilson and American Public Administration, N.Y; Basel, 1984.

Литература к теме 2:

1. Ансофф И. Стратегическое управление. М., 1988;
2. Афанасьев В.Г. Общество: системность, познание и управление. М., 1981;
3. Бир С. Наука управления. – М.: ЛКИ, 2010;
4. Боумэн К. Основы стратегического менеджмента. М., 1997;
5. Ван Гиг Дж. Прикладная общая теория систем. - М.:Издательство "Мир", 1981;
6. Вейлл П. Искусство менеджмента. М., 1993;
7. Виннер Н. Кибернетика и общество. - М: Издательство иностранной литературы, 1958;
8. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент. М., 2004;
9. Дафт Р. Менеджмент. М., 2006;
10. Друкер П. Энциклопедия менеджмента. СПб., 2004;
11. Дункан У. Основополагающие идеи в менеджменте. М., 1996;

12. Кинг У., Клиланд Д. Стратегическое планирование и хозяйственная политика. М., 1982;
13. Клок К., Голдсмит Дж. Конец менеджмента и становление организационной демократии. СПб., 2004;
14. Кнорринг В.И. Теория, практика и искусство управления. М., 1999;
15. Лютенс Ф. Организационное поведение. М., 1999;
16. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М., 1996;
17. Мильнер Б.З. Теория организации. М., 2002;
18. Орлов А.И. Инновационный менеджмент. М., 2001;
19. Попов А.В. Теория и организация американского менеджмента. Издательство-Московского университета, 1991;
20. Томсон А.А., Стриктленд А.Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации. М., 2001;
21. Уорнер М., Витцель М. Виртуальные организации. Новые формы ведения бизнеса в XXI веке. М., 2005;
22. Уэбстер Ф. Теории информационного общества. М., 2004;
23. Хайек Ф.А. Дорога к рабству. // Вопр. философии, 1990, №№ 10-12;

Литература к теме 3:

1. Бир С. Наука управления. – М.: ЛКИ, 2010;
2. Друкер П. Энциклопедия менеджмента. СПб., 2004;
3. Маслоу А.Г. Мотивация и личность. СПб., 1999;
4. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М., 1996;
5. Мэлчоу Хал. Новое политическое целевое планирование. - М.: ЦПК "Никколо М", 2004;
6. Пейн К., Хед К., О'Коннел Ш. Стратегия планирования избирательной кампании. М.: Национальный демократический институт международных отношений, 1995;
7. Пушкарёва Г.В. Политический менеджмент. М.: Дело, 2002.

Литература к теме 4:

1. Дегтярев А.А. Принятие политических решений. – М.: КДУ, 2004;
2. Евланов Л.Г. Теория и практика принятия решений. М., 1984;
3. Литвак Б.Г. Разработка управленческого решения - М.: Издательство "Дело", 2004;
4. Орлов А. И. Принятие решений. Теория и методы разработки управленческих решений. Учебное пособие. — М.: МарТ, 2005;
5. Планкетт Л. Хейл Г. Выработка и принятие управленческих решений. М., 1984;
6. Соловьев А.И. Принятие государственных решений. Учебное пособие. – М.: КноРус, 2006.

Литература к теме 5:

1. Брайан О'Дей. Планирование политических кампаний. Шаг за шагом к победе на выборах. – М.: НДИ, 1999;
2. Егорова-Гартман Е.В., Минтусов И.Е. Политическое консультирование. М.: ИПО Профиздат, 1999;
3. Кошелюк М.Е. Технологии политических выборов. - 2-е изд. – СПб.: Питер, 2004;
4. Лебедева Т. Ю. Выборы как искусство моделирования: Франция 2007: Пер. с франц. – М.: Изд. МГУ L'Harmattan, 2007;
5. Малкин Е.Б., Сучков Е.Б. Политические технологии. - М.: «Русская панорама», 2006;
6. Морозова Е.Г. Электоральный менеджмент: Учебное пособие. М.: РЦОИТ, 2002;
7. Пейн К., Хед К., О'Коннел Ш. Стратегия планирования избирательной кампании. М.: Национальный демократический институт международных отношений, 1995;

8. Плассер Ф., Плассер Г. Мировая практика проведения политических кампаний: анализ деятельности профессионалов и их опыта. М.: Вейсл, 2005;
9. Пушкарева Г.В. Политический менеджмент. М.: Дело, 2002;
10. Янбухтин Э. Х. Единая Россия. Технологии успешной избирательной кампании. М.-СПб: Вершина, 2008.

Литература к теме 6:

1. Белановский С.А. Метод фокус-групп: Учеб. пособие. - М.: Никколо-Медиа, 2001;
2. Володенков С. В. Применение SWOT-анализа политического имиджа построения стратегической имиджевой концепции // Вестник Московского университета. Сер. 12. Политические науки. — 2008.— N2;
3. Егорова-Гартман Е.В., Минтусов И.Е. Политическое консультирование. М.: ИПО Профиздат, 1999;
4. Комаровский В.С. Информационно-аналитическое обеспечение избирательных кампаний. - М.: РЦОИТ, 2001;
5. Малкин Е.Б., Сучков Е.Б. Политические технологии. - М.: «Русская панорама», 2006;
6. Пейн К., Хед К., О'Коннел Ш. Стратегия планирования избирательной кампании. М.: Национальный демократический институт международных отношений, 1995;
7. Плассер Ф., Плассер Г. Мировая практика проведения политических кампаний: анализ деятельности профессионалов и их опыта. М.: Вейсл, 2005;
8. Пушкарева Г.В. Политический менеджмент. М.: Дело, 2002;
9. Соловьев А.И.. Политология. Политическая теория. Политические технологии. М.: Аспект Пресс, 2000;
10. Шварценберг Р.-Ж. Политическая социология. В 3 ч. М., 1992.

Литература к теме 7:

1. Брайан О'Дей. Планирование политических кампаний. Шаг за шагом к победе на выборах. — М.: НДИ, 1999;
2. Малкин Е.Б., Сучков Е.Б. Политические технологии. - М.: «Русская панорама», 2006;
3. Морозова Е.Г. Политическое консультирование и избирательный процесс. М.: РЦОИТ, 2001;
4. Мэлчоу Хал. Новое политическое целевое планирование. - М.: ЦПК "Никколо М", 2004;
5. Пейн К., Хед К., О'Коннел Ш. Стратегия планирования избирательной кампании. М.: Национальный демократический институт международных отношений, 1995;
6. Плассер Ф., Плассер Г. Мировая практика проведения политических кампаний: анализ деятельности профессионалов и их опыта. М.: Вейсл, 2005;
7. Пушкарева Г.В. Политический менеджмент. М.: Дело, 2002;
8. Соловьев А.И.. Политология. Политическая теория. Политические технологии. М.: Аспект Пресс, 2000;
9. Шварценберг Р.-Ж. Политическая социология. В 3 ч. М., 1992.

Литература к теме 8:

1. Брайан О'Дей. Планирование политических кампаний. Шаг за шагом к победе на выборах. — М.: НДИ, 1999;
2. Бурдые П. О символической власти. // Социология социального пространства. — Москва: Ин-т экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2007;
3. Бурдые. П. Практический смысл. — СПб., 2001;
4. Володенков С.В. Выборы выигрываются на нейтральной полосе // "RuPoR" №№21-22, 2010;

5. Гэд Т. 4D брэнддинг: взламывая корпоративный код сетевой экономики. — СПб.: Сток-гольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2001;
6. Егорова-Гартман Е.В., Плешаков К.В., Байбакова Р.Б. Политическая реклама. М.: ИПО Профиздат, 1999;
7. Егорова Е.В. Единый стратегический дизайн брендов // Материалы конференции «Маркетинг, Реклама и PR». — М., 2002;
8. Егорова Е.В., Гамбашидзе Г. Как оформить политическое пространство, или технология создания партийного бренда // Психология и бизнес онлайн, 2003. <http://www.psychology.ru>;
9. Егорова Е.В., Гамбашидзе Г. Нужен ли партии дизайнер? // Стратегия России, 2004. № 9;
10. Иванов Д.В. Виртуализация общества. - СПб.: «Петербургское востоковедение», 2000;
11. Кузнецов В. Интегрированные политические коммуникации формирующегося социального государства в России // Государственная служба, № 2 (16), 2002;
12. Маркузе Г. Одномерный человек. М.: АСТ, 2009;
13. Матвейчев О.А. Уши машут ослом. Сумма политтехнологий. М.: Эксмо, 2008;
14. Мейтус В., Мейтус Вл. Политическая партия: менеджмент избирательной кампании. — М.: Ника-Центр, 2005;
15. Морозова Е.Г. Электоральный менеджмент: Учебное пособие. М.: РЦОИТ, 2002;
16. Мэлчоу Хал. Новое политическое целевое планирование. - М.: ЦПК "Никколо М", 2004;
17. Пейн К., Хед К., О'Коннел Ш. Стратегия планирования избирательной кампании. М.: Национальный демократический институт международных отношений, 1995;
18. Поветьев П.В. Бренд-коммуникация в публичной политике: концептуальные основы. — М.: НИРСИ, 2010;
19. Пушкарева Г.В. Политический менеджмент. М.: Дело, 2014;
20. Сегела Ж. Национальные особенности охоты за голосами. М.: Вагриус, 1999;
21. Соловьев А.И.. Политология. Политическая теория. Политические технологии. М.: Аспект Пресс, 2000;
22. Сурков В.Ю. Суверенитет - это политический синоним конкурентоспособности. // Стенограмма выступления заместителя Руководителя Администрации Президента - помощника Президента РФ Владислава Суркова перед слушателями Центра партийной учебы и подготовки кадров ВПП "Единая Россия" 7 февраля 2006 года;
23. Шарков Ф.И. Интегрированные бренд-коммуникации. — М.: «РИП-Холдинг», 2004;
24. Шестопап Е.Б. Политическая психология. Учебник. М.: Аспект-Пресс, 2010;
25. Ядин Д. Маркетинговые коммуникации: Современная креативная реклама: Пер. с англ. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2003;
26. Янбухтин Э. Х. Единая Россия. Технологии успешной избирательной кампании. М.- СПб.: Вершина, 2008;
27. Baudrillard J. Simulations. New York: Semiotext(e), 1983;
28. Touraine A. The waning sociological image of social life // International journal of comparative sociology. 1984. N 1.

Литература к теме 9:

1. Володенков С.В. Информационно-психологические войны и массовое сознание // Вестник МГУ. Сер.12. Политические науки. 2003. - №3;
2. Евгеньева Т.В. Технологии социальных манипуляций и методы противодействия им. — СПб: Питер, 2007;
3. Кошелюк М.Е. Технологии политических выборов. - 2-е изд. — СПб.: Питер, 2004;
4. Матвейчев О.А. Уши машут ослом. Сумма политтехнологий. М.: Эксмо, 2008;
5. Малкин Е.Б., Сучков Е.Б. Политические технологии. - М.: «Русская панорама», 2006;
6. Паренти М. Демократия для избранных: Настольная книга о политических играх США. — М.: Поколение, 2006;
7. Плассер Ф., Плассер Г. Мировая практика проведения политических кампаний: анализ деятельности профессионалов и их опыта. М.: Вейсл, 2005;

8. Полуэктов В.В. Полевые и манипулятивные технологии. Настольная книга менеджера избирательных кампаний. М.: «Русская панорама», 2003;
9. Почепцов Г.Г. Информационные войны. М.: Рефл-Бук, 2000;
10. Синюшкин В. Технологии работы со СМИ в политических кампаниях. М., 1997.

Литература к теме 10:

1. Кошелюк М.Е. Технологии политических выборов. - 2-е изд. – СПб.: Питер, 2004;
2. Малкин Е., Сучков Е. Основы избирательных технологий. Изд-е 2. М.: SPSL; Русская панорама, 2000;
3. Малкин Е.Б., Сучков Е.Б. Политические технологии. - М.: «Русская панорама», 2006;
4. Матвейчев О.А. Уши машут ослом. Сумма политтехнологий. М.: Эксмо, 2008;
5. Мейтус В., Мейтус Вл. Политическая партия: менеджмент избирательной кампании. – М.: Ника-Центр, 2005;
6. Морозова Е.Г. Политическое консультирование и избирательный процесс. М.: РЦОИТ, 2001;
7. Морозова Е.Г. Электоральный менеджмент: Учебное пособие. М.: РЦОИТ, 2002;
8. Лебедева Т. Ю. Выборы как искусство моделирования: Франция 2007: Пер. с франц. – М.: Изд. МГУ L'Harmattan , 2007;
9. Плассер Ф., Плассер Г. Мировая практика проведения политических кампаний: анализ деятельности профессионалов и их опыта. М.: Вейсл, 2005;
10. Полуэктов В.В. От двери к двери. Полевые технологии в избирательных кампаниях. М.: «Русская панорама», 2002;
11. Полуэктов В.В. Полевые и манипулятивные технологии. Настольная книга менеджера избирательных кампаний. М.: «Русская панорама», 2003;
12. Пушкарева Г.В. Политический менеджмент. М.: Дело, 2002;
13. Янбухтин Э. Х. Единая Россия. Технологии успешной избирательной кампании. М.-СПб: Вершина, 2008.

Литература к теме 11:

1. Вершинин М.С. Политическая коммуникация в информационном обществе. – СПб., 2001;
2. Володенков С.В. Модель информационного взаимодействия общества и власти в современной России. Моделирование в социально-политической сфере: научный альманах. М.: РАГС, 2007, № 1;
3. Володенков С.В. Современная коммуникация как основа эффективной политической кампании // Вестник МГУ: Политические науки. Серия 12, 2010, - N1;
4. Грачев М.Н. К вопросу об определении понятий “политическая коммуникация” и “политическая информация” // Вестник Российского университета дружбы народов. – Сер.: Политология. – 2003. – № 4;
5. Грачев М.Н. Политическая коммуникация // Вестник Российского университета дружбы народов. – Серия: Политология. – 1999. – № 1;
6. Грачев М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. – М.: Издательство “Прометей”, 2004;
7. Засурский И.И., Масс-медиа второй республики, М.: Изд-во МГУ, 1999;
8. Маркузе Г. Одномерный человек. М., АСТ, 2009;
9. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. - М.: Рефл-бук, 2001;
10. Сиберт Ф.С., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы, М.: Вагриус, 1998;
11. Соловьев А.И. Политические коммуникации. Учебное пособие. М.: Аспект-Пресс, 2004;
12. Терин В.П. Массовая коммуникация: социокультурные аспекты политического воздействия: исследование опыта Запада. - М.: Издательство Института социологии, 1999;

13. Уэбстер Ф. Теории информационного общества. – М., 2004;
14. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. – СПб., 2000;
15. Хабермас Ю. Философский спор вокруг идеи демократии (Лекция вторая) // Хабермас Ю. Демократия. Разум. Нравственность. – М., 1995;
16. Шварценберг Р.-Ж. Политическая социология: В 3 ч. – М., 1992;
17. Швидунова А. СМИ как субъект политического процесса и инструмент политических технологий. // Советник, 2000;
18. Шестопал Е.Б. Политическая психология. Учебник. М.: Аспект-Пресс, 2010;
19. Baudrillard J. Simulations. New York: Semiotext(e), 1983;
20. Deibert R.J. Parchment, Printing, and Hypermedia: Communications in World Order Transformation. – N.Y.: Columbia University Press, 1997.
21. Deutsch K. The Nerves of Government: Models of Political Communication and Control. – N.Y.: Free Press, 1966.
22. Habermas J. The Structure Transformation of the Public Sphere. – Cambridge: Polity Press, 1989.
23. Heyer P. Communications and History: Theories of Media. Knowledge, and Civilization. – N.Y.: Greenwood Press, 1988.
24. Lasswell H.D. The structure and function of communication in society // The Communication of Ideas. / Ed.: L. Bryson. – New York: Harper and Brothers, 1948.
25. Lazarsfeld P., Berelson B., Gaudet H. The People's Choice: How the Voter makes up his Mind in a Presidential Campaign. Third Edition. – N.Y.: Columbia University Press, 1968.
26. McLuhan The Medium is the Massage: An Inventory of Effects. New York, 1967.
27. Perloff Richard M. Political communication: politics, press, and public in America. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1998.
28. Politikwissenschaft: eine Grundlegung. Bd. 2. Stuttgart; Berlin; Köln; Mainz: hrsg von Klaus Beume, 1987.
29. Pye L. Political Communication / The Blackwell Encyclopedia of Political Institutions. – Oxford – New York, 1987.
30. Schramm W. Mass Media and National Development: The Role of Information in the Developing Countries. –Stanford: Stanford University Press, 1964.
31. Swanson D. "The Political-Media Complex at 50: Putting the 1996 Presidential Campaign in Context", American Behavioural Scientist, № 40 (8): 1264-82.

Литература к теме 12:

1. Анохина Н.В. Влияние средств массовой информации на электоральное поведение: основные подходы // Социология, 2005, №1;
2. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. М.: Медиум, 1996;
3. Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства, или конец социального. Екатеринбург: Изд-во Уральского университета, 2000;
4. Борецкий Р. В бермудском треугольнике ТВ. М., 1998;
5. Вершинин М.С. Политическая коммуникация в информационном обществе. – СПб., 2001;
6. Доценко Е.Л. Психология манипуляции. М.: ЧеРо, 1997;
7. Евгеньева Т.В. Технологии социальных манипуляций и методы противодействия им. – СПб: Питер, 2007;
8. Кара-Мурза С.Г. Власть манипуляции. М.: Академический Проект, 2007;
9. Лернер М. Развитие цивилизации в Америке. М., 1992;
10. Маркузе Г. Одномерный человек. М.: АСТ, 2009;
11. Матвейчев О.А. Уши машут ослом. Сумма политтехнологий. М.: Эксмо, 2008;
12. Паренти М. Демократия для избранных: Настольная книга о политических играх США. – М.: Поколение, 2006;
13. Паренти М. Демократия для немногих. М., 1990;

14. Полуэктов В.В. Полевые и манипулятивные технологии. Настольная книга менеджера избирательных кампаний. М.: «Русская панорама», 2003;
15. Почепцов Г.Г. Информационные войны. М.: Рефл-Бук, 2000;
16. Пугачев В.П., Соловьев А.И. Введение в политологию. М., 2000;
17. Пушкарёва Г.В.. Политический менеджмент. М.: Дело, 2002;
18. Самохвалова В. «Массовый человек» — реальность современного информационного общества (материалы конференции «Проблема человека: мультидисциплинарный подход»). М., 1998;
19. Синюшкин В. Технологии работы со СМИ в политических кампаниях. М., 1997;
20. Соловьев А.И.. Политология. Политическая теория. Политические технологии. М.: Аспект Пресс, 2000;
21. Фромм Э. Бегство от свободы. М.: АСТ, 2009;
22. Цуладзе А. Большая манипулятивная игра. М.: Алгоритм, 2000;
23. Цуладзе А.М. Политические манипуляции или Покорение толпы. — М.: Книжный дом «Университет», 1999;
24. Швидунова А. СМИ как субъект политического процесса и инструмент политических технологий. // Советник, 2000;
25. Шестопал Е.Б. Политическая психология. Учебник. М.: Аспект-Пресс, 2010;
26. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. М.: Мысль, 1980;
27. Baudrillard J. Simulations. New York: Semiotext(e), 1983;
28. Lasswell H. The Structure and Function of Communication in Society // The Process and Effects of Mass Communication. Chicago, 1971.

Литература к теме 13:

1. Володенков С.В. Организация и проведение работ в рамках полевого направления современной избирательной кампании // Вестник МГУ: Политические науки. Серия 12, 2009, - N2;
2. Кошелюк М.Е. Технологии политических выборов. - 2-е изд. — СПб.: Питер, 2004;
3. Лебедева Т. Ю. Выборы как искусство моделирования: Франция 2007: Пер. с франц. — М.: Изд. МГУ L'Harmattan , 2007;
4. Малкин Е.Б., Сучков Е.Б. Политические технологии. - М.: «Русская панорама», 2006;
5. Матвейчев О.А. Уши машут ослом. Сумма политтехнологий. М.: Эксмо, 2008;
6. Мейтус В., Мейтус Вл. Политическая партия: менеджмент избирательной кампании. — М.: Ника-Центр, 2005;
7. Морозова Е.Г. Электоральный менеджмент: Учебное пособие. М.: РЦОИТ, 2002;
8. Плассер Ф., Плассер Г. Мировая практика проведения политических кампаний: анализ деятельности профессионалов и их опыта. М.: Вейсл, 2005;
9. Полуэктов В.В. От двери к двери. Полевые технологии в избирательных кампаниях. М.: «Русская панорама», 2002;
10. Полуэктов В.В. Полевые и манипулятивные технологии. Настольная книга менеджера избирательных кампаний. М.: «Русская панорама», 2003;
11. Янбухтин Э. Х. Единая Россия. Технологии успешной избирательной кампании. М.-СПб: Вершина, 2008.

Литература к теме 14:

1. Володенков С. В. Big data как инструмент воздействия на современный политический процесс: особенности, потенциал и акторы // Журнал политических исследований. — 2019. — Т. 3, № 1. — С. 7–13.
2. Володенков С. В. Total data как феномен формирования политической постреальности // Вестник Омского университета. Серия Исторические науки. — 2017. — Т. 15, № 3. — С. 409–415. DOI: 10.25513/2312-1300.2017.3.409-415

3. Володенков С. В. Технологии big data в современных политических процессах: цифровые вызовы и угрозы // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. — 2018. — № 44. — С. 205–212. DOI: 10.17223/1998863X/44/20.
4. Журавлева Е.Ю. Современная социология в сетевой цифровой среде: от вычислительных и электронных социальных наук к цифровым социальным исследованиям // Социологические исследования. — 2015. — №8. — С. 25–34.
5. Одинцов А.В. Социология общественного мнения и вызов Big Data // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2017. № 3. С. 30–43. DOI: 10.14515/monitoring.2017.3.04.
6. Расследование Das Magazin: как Big Data и пара ученых обеспечили победу Трампу и Brexit // The Insider. [Электронный ресурс]. URL: <http://theins.ru/politika/38490>
7. Соловей В.Д. Цифровая мифология и избирательная кампания Дональда Трампа // Полис. 2017. № 5. С. 122–132. DOI: 10.17976/jpps/2017.05.09.
8. Федорченко С.Н. Big Data в политическом процессе Новой Зеландии // Научно-аналитический журнал Обозреватель-Observer, — 2018. — №6(341). — С. 66–82.
9. "Текст года": Как Трамп стал президентом США благодаря Big Data. [Электронный ресурс]. URL: <http://gordonua.com/publications/tekst-goda-kak-tramp-stal-prezidentom-ssshlagodarya-big-data-162924.html>
10. Bakardijeva M. Do Clouds Have Politics? Collective Actors in Social Media Land // Information, Communication & Society. 2015. Vol. 18, № 8. P. 983–990. DOI: 10.1080/1369118X.2015.1043320.
11. Bolsover G., Howard P. Computational Propaganda and Political Big Data: Moving Toward a More Critical Research Agenda // Big Data. 2017. Vol. 5, № 4. P. 273–276. DOI: 10.1089/big.2017.29024.cpr.
12. Gourley S. Get ready for the robot propaganda machine // WIRED. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.wired.co.uk/article/robot-propaganda>
13. Kosinski M., Matz S.C., Gosling S.D., Popov V., Stillwell D. Facebook as a research tool for the social sciences: opportunities, challenges, ethical considerations, and practical guideline // American Psychologist, - 2015. - Vol. 70. - №6. - P. 543-556.
14. Kosinski M., Stillwell D., Graepel Th. Private traits and attributes are predictable from digital records of human behavior // Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America, - 2013. - Vol. 110. - №15. - P. 5802-5805.
15. Manovich L. The Science of Culture? Social Computing, Digital Humanities and Cultural Analytics [Electronic resource] // Manovich : site: Electronic data. 2015. URL: http://manovich.net/content/04-projects/088-cultural-analytics-social-computing/cultural_analytics_article_final.pdf

Литература к теме 15:

1. Багдасарян В.Э. Заглянуть за черту. Искусственный интеллект и постчеловек: проблема ценностного программирования. — М.: ИИУ МГОУ, 2019. — 84 с.
2. Барбрук Р. Интернет-революция: от капитализма доткомов к кибернетическому коммунизму. — М.: Ад Маргинем Пресс, 2015. — 128 с.
3. Быков И.А. Искусственный интеллект как источник политических суждений // Журнал политических исследований. — 2020. — Т. 4, № 2. — С. 23-33. DOI: 10.12737/2587-6295-2020-23-33
4. Жуков Д.С. Искусственный интеллект для общественно-государственного организма: будущее уже стартовало в Китае // Журнал политических исследований. — 2020. — Т. 4, № 2. — С. 70-79. DOI: 10.12737/2587-6295-2020-70-79
5. Исаев И.А. Технологии власти. Власть технологии. — М.: Проспект, 2019. — 144 с.
6. Ларина Е.С., Овчинский В.С. Искусственный интеллект. Большие данные. Преступность. — М.: Книжный мир, 2018. — 416 с.

7. Ледяев В.Г. Власть: концептуальный анализ. – М.: РОССПЭН, 2001. – 384 с.
8. Локтионов М.В. А.А. Богданов как основоположник общей теории систем // Философия науки и техники. – 2016. – Т. 21, № 2. – С. 80-96. DOI: 10.21146/2413-9084-2016-21-2-80-96
9. Минский М. Сообщество разума. – М.: АСТ, 2018. – 592 с.
10. Пашенцев Е.Н. Злонамеренное использование искусственного интеллекта новые угрозы для международной информационно-психологической безопасности и пути их нейтрализации // Государственное управление. Электронный Вестник. – 2019. – №. 76. – С. 279-300. DOI: 10.24411/2070-1381-2019-1013
11. Родькин П.Е. Медиа и социум. Три попытки вскрыть субъект власти: Критический очерк. – М.: Совпадение, 2016. – 72 с.
12. Сафронов А.П. Индустриальный авторитаризм: порядок социального принуждения. – М.: Алгоритм, 2018. – 384 с.
13. Сачмен Л. Реконфигурация отношений человек – машина: планы и ситуативные действия. – М.: Элементарные формы, 2019. – 488 с.
14. Срничек Н. Капитализм платформ. – М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2019. – 128 с.
15. Федорченко С.Н. Феномен искусственного интеллекта: гражданин между цифровым аватаром и политическим интерфейсом // Журнал политических исследований. – 2020. – Т.4, № 2. – С. 34-57. DOI: 10.12737/2587-6295-2020-34-57
16. Androutsopoulou A., Karacapilidis N., Loukis E., Charalabidis Y. Transforming the communication between citizens and government through AI-guided chatbots // Government Information Quarterly. – 2019. – Vol. 36, N 2. – P. 358-367. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2018.10.001>
17. Baecker R.M. Computers and Society: Modern Perspectives. – Oxford: Oxford University Press, 2019. – 548 p. DOI: 10.1093/oso/9780198827085.001.0001
18. Barber B. Three Scenarios for the Future of Technology and Strong Democracy // Political Science Quarterly. – 1998. – Vol. 113, N 4. – P. 573–589. DOI: 10.2307/2658245
19. Bazarkina D., Pashentsev E. Artificial Intelligence and New Threats to International Psychological Security // Russia in Global Affairs. – 2019. – Vol. 17, N 1. – P. 147–170. DOI: 10.31278/1810-6374-2019-17-1-147-170
20. Daft R.L., Lengel R.H. Organizational information requirements, media richness and structural design // Management Science. – 1986. – Vol. 32, N 5. – P. 554-557.
21. Gourley S., Get Ready for the Robot Propaganda Machine. [Electronic resource]. – URL: <http://www.wired.co.uk/article/robot-propaganda>
22. Helmond A. The platformization of the Web: Making Web Data Platform Ready // Social Media + Society. – 2015. – Vol. 1, N 2. [Electronic resource]. – URL: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2056305115603080>. DOI: 10.1177%2F2056305115603080
23. Horowitz M.C., et al. Artificial intelligence and international security. – Washington: Center for a New American Security (CNAS). – 2018. [Electronic resource]. – URL: <https://www.cnas.org/publications/reports/artificial-intelligence-and-international-security>.
24. Howell A. Madness in international relations: psychology, security, and the global governance of mental health. – London: Routledge, 2011. – 186 p.
25. Kirat D., Jang J., Stoecklin M., DeepLocker – concealing targeted attacks with AI locksmithing. [Electronic resource]. – URL: <https://www.blackhat.com/us-18/briefings/schedule/#deeplocker---concealing-targetedattacks-with-ai-locksmithing-11549> [accessed: 08/08/2020].
26. Kosinski M., Stillwell D., Graepel Th. Private traits and attributes are predictable from digital records of human behavior // Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America. – 2013. – Vol. 110, N 15. – P. 5802-5805. DOI: 10.1073/pnas.1218772110

27. Lewis M., Yarats D., Dauphin Y.N., Parikh D., Batra Dh. Deal or No Deal? End-to-End Learning for Negotiation Dialogues // Proceedings of the 2017. Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing. – Copenhagen, 2017. – P. 2433-2443.
<https://doi.org/10.18653/v1/D17-1259>
28. Lovink G. Social Media Abyss: Critical Internet Cultures and the Force of Negation. – Cambridge and Malden: Polity Press, 2016. – 220 p.
29. Neff G., Nagy P. Talking to Bots: Symbiotic Agency and the Case of Tay // International Journal of Communication. – 2016. – Vol. 10. – P. 4915–4931. <https://doi.org/1932-8036/20160005>
30. Palmer A., Experts warn digitally-altered 'deepfakes' videos of Donald Trump, Vladimir Putin, and other world leaders could be used to manipulate global politics by 2020. [Electronic resource]. – URL: <https://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-5492713/Experts-warn-deepfakes-videospoliticians-manipulated.html>
31. Volodenkov S. V. Digital socio-political communication and its transformation in the technological evolution of artificial intelligence and neural network algorithms // Conference Proceedings: 2020 International Conference on Engineering Management of Communication and Technology (EM-CTECH). — INSTITUTE OF ELECTRICAL AND ELECTRONICS ENGINEERS (IEEE) Vienna, Austria, 2020. — P. 1–5. DOI: 10.1109/EMCTECH49634.2020.9261512
32. Waddel K., The impending war over deepfakes. [Electronic resource]. – URL: <https://www.axios.com/the-impending-war-over-deepfakes-b3427757-2ed7-4fbc-9edb-45e461eb87ba.html>.
33. Watson P.J., Jones A., Google-Berg: Global Elite Transforms Itself for Technocratic Revolution [Electronic resource]. – URL: <http://www.infowars.com/google-berg-global-elite-transforms-itself-for-technocratic-revolution/>
34. Xu Y. Programmatic Dreams: Technographic Inquiry into Censorship of Chinese Chatbots // Social Media + Society. – 2018. – Vol. 4, N 4. – Mode of access: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/2056305118808780>. DOI: 10.1177/2056305118808780

7.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

MS WINDOWS (системное);
MS WORD;
MS POWER POINT;
MS EXCEL.

7.3. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

<i>Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU</i>	https://www.elibrary.ru/project_risc.asp
<i>Научная электронная библиотека «КиберЛенинка»</i>	https://cyberleninka.ru/
<i>Электронно-библиотечная система ZNANIUM.RU</i>	https://znanium.com/
<i>Университетская библиотека onlain</i>	http://www.biblioclub.ru/
<i>Информационно-правовой портал Гарант.ру</i>	https://www.garant.ru/
<i>Информационно-правовая система Консультант</i>	http://www.consultant.ru/

7.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

<i>Факультет политологии МГУ имени М.В. Ломоносова</i>	https://polit.msu.ru/
<i>Библиотека студента факультета политологии МГУ имени М.В. Ломоносова</i>	https://polit.msu.ru/students/biblioteka-studenta-fp/
<i>Журнал «Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки»</i>	http://vestnikpolit.ru/
<i>Политанализ.Ру</i>	http://www.politanaliz.ru
<i>ПолитНаука - политология в России и мире</i>	http://www.politnauka.org/
<i>Библиотека Гумер - Политология</i>	http://www.gumer.info/bibliotek Buks/Polit/Index Polit.php
<i>Библиотека Михаила Грачева по политологии</i>	http://grachev62.narod.ru/
<i>Журнала «Полис» (Политические исследования)</i>	https://www.politstudies.ru/
<i>Научно-аналитический журнал «Обозреватель-Observer»</i>	https://i-sng.ru/biblioteka/zhurnaly/nauchno-analiticheskiy-zhurnal-obozye/
<i>Журнал «ПолитЭкс» (Политическая экспертиза)</i>	https://politex.spbu.ru/index
<i>Журнал «Социс» (Социологические исследования)</i>	https://www.isras.ru/socis.html
<i>Журнал «Власть»</i>	https://www.jour.fnisc.ru/index.php/vlast
<i>Сетевое издание «Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал)».</i>	http://evestnik-mgou.ru/
<i>Журнал «Россия в глобальной политике»</i>	https://globalaffairs.ru/
<i>Журнал «Вестник Российской нации»</i>	http://rosnation.ru/?page_id=385

7.5. Описание материально-технического обеспечения.

Для проведения учебных занятий используются: учебные аудитории; возможности мультимедийного оборудования, установленного в учебных аудиториях, а также персональных компьютеров с выходом в сеть «Интернет» для обеспечения электронного обучения и дистанционных образовательных технологий; электронный каталог и библиотечный фонд вуза; научно-образовательные ресурсы с возможностями удаленного доступа на базе современного телекоммуникационного комплекса.

8. Автор (авторы) программы.

д.п.н., профессор кафедры государственной политики
С.В. Володенков