

СОЦИОЛОГИЯ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПАРТИЙ

*Автор (составитель)
к.с.н., доц. Карпова Н.В.*

1. Характеристика учебной дисциплины

Управление политическими партиями является одним из направлений политического менеджмента. Изучение дисциплины «Социология политических партий» в магистратуре по направлению подготовки – 39.04.01 – Социология» в рамках магистерской программы «Социология политического менеджмента» предполагает глубокое усвоение обучающимися базовых теоретико-методологических подходов в исследовании процессов управления политическими партиями, приобретение знаний и умений, необходимых для понимания и решения управленческих задач разработки стратегии политической кампании партии. Содержание данного курса также направлено на выработку у магистрантов основных профессиональных навыков владения информационно-аналитическими технологиями и методиками, необходимыми для обеспечения социологического сопровождения при решении исследовательских и практических задач в области управления политическими партиями и консалтинговой деятельности.

2. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины - сформировать у студентов концептуальное представление о политических партиях как политической организации, функциях политических партий в политической системе и обществе, а также механизмах и направлениях управления политическими партиями как вида политического менеджмента.

К основным задачам дисциплины относятся:

- анализ базовых теоретико-методологических подходов к исследованию политических партий, их роли и места в механизме функционирования политической системы и обществе;
- рассмотрение структуры современных партийных организаций, основных типологий и новейших тенденций в развитии политических партий;
- исследование механизма и основных направлений в управлении политическими партиями как вида политического менеджмента;
- изучение управленческих задач и алгоритма разработки стратегии политической кампании партии;
- формирование у магистрантов навыков владения информационно-аналитическими технологиями и методиками, способствующими решению исследовательских и практических задач в сфере управления политическими партиями.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

Профессиональные компетенции:

- владение классическими и современными социологическими теориями, новейшими тенденциями и направлениями современной социологии как основой профессиональной деятельности (ПК - 1);
- способность разрабатывать научный аппарат исследования в фундаментальных и прикладных областях социологии (ПК - 5);
- способность на основе социологической теории анализировать и интерпретировать социальную, демографическую, политическую, экономическую, культурную, духовно-религиозную и естественнонаучную информацию для решения профессиональных задач (ПК - 8).

Специальные профессиональные компетенции:

- Способность применять теоретико-методологические социологические подходы для самостоятельной разработки методического инструментария планирования, организации, проведения и мониторинга исследовательских, аналитических и консалтинговых проектов при социологическом сопровождении управления человеческими ресурсами в политических кампаниях (СПК-1).

4. Место дисциплины в структуре Основной образовательной программы

Дисциплина «Социология политических партий» относится к вариативной части профессионального цикла ООП и по характеру её освоения является дисциплиной по выбору на определенном периоде обучения. В содержательном плане и в логической последовательности она преподается после курсов вариативной части профессионального цикла ОПП «Политический менеджмент», «Социология электорального менеджмента», «Социология политического урегулирования конфликтов» и изучается наряду с группой дисциплин, относящихся к основным видам политического менеджмента - «Социология процесса принятия политических решений», «Социология политической культуры». При освоении дисциплины «Социология политических партий» обучающиеся опираются на знания, которые они получили в ходе изучения гуманитарных, социально-экономических и естественнонаучных дисциплин, а также дисциплин политологического цикла и социологии.

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

Формируемые компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
Владение классическими и современными социологическими теориями, методологическими подходами, исследовательскими методами и новейшими направлениями современной социологии как основой профессиональной деятельности (ПК-1)	ЗНАТЬ: современные теории и методологические подходы в области политической социологии и политического менеджмента для профессионального исследования политических партий на разных этапах функционирования политической системы, а также процессов партийного управления как вида политического менеджмента
Способность разрабатывать научный аппарат исследования в фундаментальных и прикладных областях социологии (ПК-5)	ЗНАТЬ: определения базовых категорий социологии политических партий, социологии политического менеджмента и политического маркетинга.
	УМЕТЬ: использовать базовые категории теории социологии политических партий, политического менеджмента и политического маркетинга в исследовании теоретических и прикладных проблем управления политическими партиями
Способность на основе социологической теории анализировать и интерпретировать социальную, демографическую, политическую,	ВЛАДЕТЬ: навыками социологического анализа и интерпретации информационно-аналитических материалов, способствующих решению исследовательских и практических задач в

экономическую, культурную и естественнонаучную информацию для решения профессиональных задач (ПК-8)	сфере управления политическими партиями как вида политического менеджмента.
	УМЕТЬ: самостоятельно формировать и анализировать информационные массивы, необходимые для решения конкретных профессиональных задач в процессе управления различными политическими кампаниями партии.
Способность применять теоретико-методологические социологические подходы для самостоятельной разработки методического инструментария планирования, организации, проведения и мониторинга исследовательских, аналитических и консалтинговых проектов при социологическом сопровождении управления человеческими ресурсами в политических кампаниях (СПК-1)	ЗНАТЬ: теоретико-методологические подходы политической социологии и политического менеджмента для разработки методического инструментария планирования, организации, проведения и мониторинга исследовательских, аналитических и консалтинговых проектов при социологическом сопровождении управления человеческими ресурсами в политических кампаниях партии.
	УМЕТЬ: осуществлять самостоятельную разработку инструментария для реализации планирования, организации, проведения и мониторинга исследовательских, аналитических и консалтинговых проектов при социологическом сопровождении управления человеческими ресурсами в политических кампаниях партии.

6. Общая трудоемкость дисциплины составляет **2** зачетные единицы, **72** часа, из которых **24** часа составляет контактная работа обучающегося с преподавателем, **48** часов составляет самостоятельная работа обучающегося. Изучается на втором году обучения в третьем семестре. Итоговый контроль – зачёт.

7. Форма обучения - очная.

8. Образовательные технологии

При реализации рабочей программы дисциплины «Социология политических партий» предусмотрено применение совокупности образовательных технологий, использование которых обеспечивает концептуальное усвоение обучающимися содержания курса, приобретение навыков самостоятельной разработки исследовательских, аналитических и консалтинговых проектов в сфере управления политическими партиями.

1.1. Образовательные технологии:

- Использование творческих заданий (эссе) и разработка индивидуальных проектов, направленных на освоение основных технологий и методик социологического исследования проблем управления политической партией;
- Организация дискуссий по наиболее актуальным проблемам, рассматриваемым в темах курса.

- Проведение индивидуальных и групповых консультаций по вопросам самостоятельной работы обучающихся и подготовки ими магистерских диссертаций.

8.2. Научно-исследовательские технологии:

- инициация поиска дополнительной информации для подготовки к групповым дискуссиям по проблемам управления политическими кампаниями политических партий;
- мотивирование работы обучающихся с материалами периодических изданий, интернет-источников, базами социологических исследований для поиска информации по актуальным теоретическим и методологическим проблемам курса.

9. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование тем дисциплины	Всего (час.)	Контактная работа (час.) Лекционно-практические занятия	Самостоятельная работа (час.)
Тема 1. Политические партии как объект исследования политической социологии и политического менеджмента	9	4	5
Тема 2. Политическая партия как организация. Структура политических партий	8	2	6
Тема 3. Типология и современные тенденции в развитии политических партий	8	2	6
Тема 4. Управление политическими партиями	9	4	5
Тема 5. Политическая кампания как вид управленческих отношений в партии	10	4	6
Тема 6. Управление процессами коммуникации в политических кампаниях политических партий	8	2	6
Тема 7. Формирование политической идентичности в управлении политической партией	6	2	4
Тема 8. Управление политической партией в условиях политической конкурентной среды	6	2	4
Тема 9. Политическое консультирование в политической партии	6	2	4
Итого:	72	24	48

Содержание дисциплины

Тема 1. Политическая партия как объект исследования политической социологии и политического менеджмента

Партия как субъект политического процесса. Понятие и основные признаки политической партии. Основные этапы в становлении политических партий. Концепции развития политических партий М. Вебера, Дж. Брайса, М.Я. Острогорского, М. Дюверже. Политическая партия как социально-политический институт. Цели и функции политических партий в различных фазах функционирования политической системы и обществе.

Междисциплинарный характер исследования политических партий. Особенности социологического подхода в исследовании политических партий и механизмов их управления. Политическая партия как субъект и объект управленческого взаимодействия в системе политического менеджмента. Объектно-предметная область социологии политических партий. Основные понятия и категории дисциплины. Структура и логика курса.

Современные методики социологического анализа политических партий и их деятельности. Теоретические методы исследования политических партий: исторический, институциональный, сравнительный, структурно-функциональный и др. Эмпирические методы исследования политических партий: анкетный опрос, фокус-группы, контент-анализ, экспертные оценки и др. Политическое моделирование и прогнозирование в изучении политических партий. Методики социологического сопровождения деятельности политических партий в решении политико-управленческих задач.

Тема 2. Политическая партия как организация. Структура политической партии

Партия как тип политической организации. Организационная структура политических партий и общественных движений: основные отличия. Формальная и неформальная структура политической партии. Структурные уровни современной партийной организации. Концентрическая модель причастности партии в концепции М. Дюверже. Типы членства в партии. Количественный и качественный состав партийных рядов. Аппарат политической партии: структура и функции. Центральные и региональные отделения политической партии. Фракционность политических партий, ее причины и типы. Идеологические платформы и клиентелы как структурные элементы в партийной организации.

Лидеры, руководящие органы политической партии и партийные массы. Процессы олигархизации и бюрократизации в партийной структуре. М.Я. Острогорский о возникновении неформального ядра и особенностях внутрипартийной демократии. «Железный закон олигархических тенденций» Р. Михельса. Причины и последствия бюрократизации в управлении партиями в концепции М. Вебера. Проблемы внутрипартийной демократии. Стили руководства в политических партиях. Особенности применения политического менеджмента в политико-управленческом процессе в политических партиях и общественных движениях.

Организационная структура современных типов партий. Структура политических партий в концепции «расширенных партийных сетей». Интернет-партии как новый тип партийной структурной организации. Методики социологического анализа, показатели и эмпирические индикаторы современных организационных структур политической партии.

Тема 3. Типология и современные тенденции в развитии политических партий

Проблема типологизации и классификации политических партий в политической науке и политической социологии. Основные критерии типологизации и классификации современных политических партий: по отношению к власти, месту в социально-политической системе, типу членства, характеру внутренней структуры, направленности политической борьбы, позиции в политическом спектре, по идеологическим и социально-классовым основаниям, типу лидерства и др. Массовые, кадровые и централизованные

партии в типологии М. Дюверже. Партии «индивидуального представительства» и «социальной интеграции» в теории С. Ньюмана. Функциональный подход к классификации политических партий (С. Коэн): партии авангардного типа, партии для избирательных кампаний, парламентские партии, партии-клубы и «карманные партии». Тенденции в развитии типов современных партий. Понятие, содержание и причины появления партии “catch-all” (О. Кирхаймер). Картельные партии (Р. Кац, П. Мэйр).

Изменение традиционных представлений о политических партиях и их функциях в информационном обществе конца XX-начале XXI века. Политические партии и новые общественные движения: экологические, феминистские, движения меньшинств и др. Интернет-партия как новый тип политической партии и субъект политического менеджмента. Политические партии в контексте проблем интеграции государств и тенденций политического регионализма. Процессы европейской интеграции и новые механизмы политического представительства. «Транснациональные» общеевропейские партии в Европарламенте.

Социологические методики классификации и типологизации политических партий. Индикаторы сравнительного анализа политических партий.

Тема 4. Управление политическими партиями

Управление политическими партиями как проблема менеджмента организаций и как направление политического менеджмента. Теоретико-методологические основы и подходы в исследовании управления политическими партиями. Специфика социологического подхода в изучении управления политическими партиями. Субъекты, основные цели и задачи управления политическими партиями. Политическое управление и политический менеджмент в политических партиях: соотношение понятий и политической практики. Основные виды политического менеджмента в политико-управленческом процессе политических партий: политический имиджмейкинг, электоральное управление, политический брендинг, урегулирование политических конфликтов, лоббистская деятельность, политический PR. Партийное строительство как проект.

Структура и механизм управления политическими партиями. Партийный аппарат управления как система. Профессиональные виды управленческой деятельности в политической партии. Функциональные структуры управления политическими партиями: стратегический комитет, кадровый комитет, финансовый комитет, оперативный комитет. Информационная структура аппарата партийного управления. Факторы управления политическими партиями: структура и численность партии, топологические особенности, формы организации партийного управления (линейная, функциональная, линейно-функциональная), характер деятельности политической партии, ресурсные возможности партии, правовые основы партийной деятельности и др. Критерии оценки эффективности управления политической партии.

Тема 5. Политическая кампания как вид управленческих отношений в партии

Понятие, уровни и цели политической кампании партии. Субъекты управления в политических кампаниях партии. Избирательная кампания как вид политической кампании партии и ее специфика. «Команда» как субъект управления политической избирательной кампанией партии и принципы ее функционального структурирования. Основные направления деятельности в управлении политической кампанией партии. Управленческие задачи и алгоритм разработки стратегии политической кампании партии. Правовое регулирование политических кампаний партий. Ресурсное обеспечение политических кампаний партии и проблема фандрайзинга.

Понятие и сегментация объекта управления в политической кампании партии. Методики определения социальной базы политической партии. Анализ мотивации и моделирование электорального поведения различных социальных групп. Внешняя среда политической кампании: политические, политико-культурные, социально-экономические, региональные факторы. Политические технологии в политических кампаниях партии и их

эффективность. Цели и задачи социологического сопровождения в управлении политической кампанией партии.

Особенности управления политическими кампаниями партий в современной России и новые тенденции.

Тема 6. Управление процессами коммуникации в политических кампаниях политических партий

Место информационно-коммуникативных процессов в управлении политическими кампаниями партии. Уровни, основные каналы, функции и задачи политической коммуникации в политических кампаниях партий. Эффективность убеждающей коммуникации как процесса направленного информационного воздействия субъекта политического управления партией. Понятие информационной кампании партии и принципы разработки её центральной темы. Сюжетная линия в управлении коммуникационными процессами. Понятие и виды информационных продуктов как воплощение главной темы кампании партии.

Политические PR технологии в кампаниях партии. Цели, задачи политической рекламистики. Концепция политической рекламы партии как фактор эффективности политической кампании. Структура, формы, типология и основные стратегии политической рекламы партии. Политический брэндинг партии как продукт социальных и политических коммуникаций, технологии формирования. Роль имиджа лидера партии в политической рекламе партии. Особенности политической рекламы партии в СМИ. Медиапланирование как вид управленческой деятельности в политической кампании партии. Условия и факторы доступа партии к СМИ. Виды политической рекламы в Интернете.

Мониторинг эффективности управления информационно-коммуникативными процессами. Социологические методики исследования коммуникационных процессов в управлении политической кампанией партии.

Тема 7. Формирование политической идентичности в управлении политическими партиями

Понятие и структура политической идентичности и ее место в процессе управления политическими партиями. Теоретические подходы к исследованию политической идентичности. Политическая идентичность как «продукт» политического сознания и фактор его формирования. Партийная идентичность как вид политической идентичности. Политическая идентификация как механизм мобилизации сторонников партии и мотивации электорального поведения. Виды политической идентичности: групповая, референтная, персонифицированная. Цели, задачи и механизмы формирования политической идентичности в управлении политической партией. Название партии и ее символы как фактор идентификации. Вовлечение граждан во взаимодействие с политической партией как механизм формирования партийной идентичности. Приемы вовлечения во взаимодействие в политических кампаниях партии: технологии «нога в дверях», агитация «от двери к двери», организация общественных приемных и др. Роль массовых мероприятий в формировании партийной идентичности.

Особенности формирования политической идентичности граждан в условиях переходных обществ. Региональные, этнические и религиозные факторы политической идентификации. Влияние политической культуры и политической идеологии на формирование политических идентичностей. Политическая идентичность в условиях глобализации. Значение лидера партии в формировании партийной идентичности. Методы социологического анализа политической идентичности в управлении политической партией.

Тема 8. Управление политической партией в условиях политической конкурентной среды

Понятие, содержание и причины политической конкуренции как системы политических взаимодействий между участниками политического процесса. Политическая

конкурентная борьба и политический конфликт: соотношение понятий. Политическая партия как субъект политической конкуренции на политическом рынке. Конкурентный статус партии: содержание и критерии выделения. Понятие «политической конкурентной среды» и факторы её состояния. Информационно-аналитические технологии предварительного исследования политической конкурентной среды партии для выявления потенциальных возможностей и разработки стратегии политической кампании. Методы сбора и анализа информации о политических конкурентах партии и ее кандидатов, анализ политических кампаний соперников.

Политическая конкуренция как источник рисков в управлении партией. Проблемы и технологии снижения негативного воздействия конкурентной среды партии. Информационная безопасность как фактор минимизации рисков в управлении политической кампанией партии. Роль контрпропаганды в политической кампании партии. Компромат как способ влияния на конкурентную среду партии: цели его подготовки и условия использования в политической борьбе. Кризисные ситуации в политических кампаниях политических партий и технологии антикризисного управления. Характерные черты политического рынка и политической конкуренции в современной России.

Роль маркетинговых технологий в управлении политической партией в условиях политической конкуренции. Политический бенчмаркинг как технология исследования конкурентной среды политической партии. Основные критерии оценки эффективности маркетинговых технологий в управлении политическими кампаниями партий.

Тема 9. Политическое консультирование в политической партии

Понятие и основные подходы к содержанию политического консультирования как виду управленческой деятельности в политической партии. Формы политического консультирования в партии: внешний и внутренний консалтинг. Основные направления и классификация политического консультирования в управлении политической партией. Партийное строительство как направление в политическом консалтинге. Алгоритм решения задач в процессе политического консультирования в политической партии.

Этические требования к профессиональному политическому консультированию в политической партии и основные критерии профессионализма политических консультантов. Партийный лидер и политические консультанты: проблемы эффективного взаимодействия. Личностные качества партийного лидера и их роль в процессе эффективного политического консультирования. Концепция «современного партийного работника» как политического консультанта в новом партийном управлении.

Маркетинговый подход к политическому консультированию в управлении политической партией. Становление, состояние и проблемы политического консалтинга в управлении политическими партиями в современной России.

10. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине и методические указания для обучающихся по освоению дисциплиной

Контрольные вопросы и задания для самостоятельной работы по темам курса

(Каждый из контрольных вопросов может являться дополнительной темой доклада или сообщения на семинарском занятии)

Тема 1. Политическая партия как объект исследования политической социологии и политического менеджмента:

Контрольные вопросы:

1. Понятие, научные трактовки и признаки политической партии.
2. Цели и функции политических партий в политической системе и обществе.
3. Основные этапы развития политических партий в концепциях М. Вебера, М.Я. Острогорского, М. Дюверже.
4. Особенности социологического подхода в исследовании политических партий.
5. Объект, предмет, система категорий социологии политических партий.

6. Социологический анализ политической партии как субъекта политического менеджмента.
7. Теоретические и прикладные методы социологического анализа политических партий и их деятельности.

Задания для самостоятельной работы:

1. В кратком эссе (не более 5000 знаков) в виде сравнительного анализа изложите, как соотносятся предметные области социологии политических партий, политической социологии и политического менеджмента в исследовании политических партий.
2. Подготовьте доклад на тему: «Политическая партия как социально-политический институт», в котором раскройте и проанализируйте её основные конституирующие функции, а также место и роль в системе отношений «гражданское общество-государство».

Литература основная: № 1, 4, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 18, 20.

Литература дополнительная: № 9, 13, 14, 15, 16, 19.

Тема 2. Политическая партия как организация. Структура политической партии

Контрольные вопросы:

1. Политическая партия как тип политической организации: основные признаки и характерные черты.
2. Формальная и неформальная структура политической партии. Концентрическая модель причастности партии в концепции М. Дюверже.
3. Аппарат политической партии: структура и функции.
4. Процессы олигархизации и бюрократизации в партийной структуре. Проблемы внутрипартийной демократии.
5. Интернет-партии как новый тип партийной структурной организации.

Задание для самостоятельной работы:

Рассмотрите и проанализируйте организационную структуру и аппарат управления конкретной (русской или зарубежной) политической партии. Результаты представьте в виде сообщения с использованием компьютерных технологий.

Литература основная: № 1, 2, 4, 6, 7, 10, 11, 12, 14, 19.

Литература дополнительная: № 13, 14, 15, 16, 20, 23.

Тема 3. Типология и современные тенденции в развитии политических партий

Контрольные вопросы:

1. Основные критерии и подходы к типологизации и классификации современных политических партий.
2. Типология политических партий М. Дюверже. Основные признаки и организационные особенности массовой политической партии.
3. Основные тенденции в развитии типов современных политических партий.
4. Деятельность партий в Европарламенте и формы их интернационального сотрудничества.
5. Социологические методики классификации и типологизации политических партий.

Задания для самостоятельной работы:

1. Используя основные типологии политических партий, выделите и охарактеризуйте основные типы политических партий в современной России. Полученные результаты представьте в виде таблицы.
2. Как вы считаете, какова роль идеологии в развитии современных политических партий? Изложите ответ в кратком эссе, аргументируйте своё мнение конкретными примерами и верифицированными данными.
3. Подготовьте доклад на тему: «Интернет-партия как новый тип партийной структурной организации и объект политического менеджмента».

Литература основная: № 1, 4, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 19, 20.

Литература дополнительная: № 6, 8, 14, 15, 16, 20, 24.

Тема 4. Управление политическими партиями

Контрольные вопросы:

1. Управление политическими партиями как проблема политической социологии и политического менеджмента. Основные направления в управлении политическими партиями.
2. Основные теоретико-методологические подходы к исследованию проблемы управления политическими партиями.
3. Политическое управление и политический менеджмент в политических партиях: соотношение понятий и политической практики.
4. Структура и механизм управления политическими партиями. Профессиональные виды управленческой деятельности в политической партии.
5. Факторы управления политическими партиями.
6. Основные критерии оценки эффективности управления политическими партиями.

Задания для самостоятельной работы:

1. В кратком эссе (не более 5000 знаков) в сравнительном аспекте рассмотрите управление политическими партиями как проблему менеджмента организаций и как направление политического менеджмента.
2. Составьте таблицу, отражающую основные виды политического менеджмента, их цели и задачи в политико-управленческом процессе политических партий.

Литература основная: № 2, 9, 12, 13, 14, 15, 18.

Литература дополнительная: № 2, 3, 4, 10, 11, 19.

Тема 5. Политическая кампания как вид управленческих отношений в партии

Контрольные вопросы:

1. Понятие, уровни, цели, виды и задачи политической кампании партии.
2. Управленческие задачи и алгоритм разработки стратегии политической кампании партии.
3. Понятие и сегментация объекта управления в политической кампании партии.
4. Основные факторы внешней среды и их значение в управлении политической кампанией партии.
5. Информационно-аналитическое сопровождение политической кампании партии.

Задание для самостоятельной работы:

На конкретном примере (по собственному выбору из отечественной или зарубежной политической практики) проанализируйте политическую кампанию политической партии, определите управленческие задачи и алгоритм разработки стратегии. Свой ответ представьте в формате аналитической записки.

Литература основная: № 2, 5, 9, 11, 12, 13, 14, 18.

Литература дополнительная: № 3, 5, 6, 10, 11, 12, 17.

Тема 6. Управление процессами коммуникации в политических кампаниях политических партий

Контрольные вопросы:

1. Уровни, основные каналы, функции и задачи политической коммуникации в политических кампаниях партий.
2. Информационная кампания партии: понятие, содержание и принципы разработки ее центральной темы.
3. Политическая реклама и политический PR как направления информационной деятельности в управлении политической кампанией партии.
4. Интернет как канал распространения политической рекламы.
5. Контент анализ как инструмент исследования информационно-коммуникационных процессов политической партии.

Задание для самостоятельной работы:

На примере конкретной политической кампании политической партии (избирательной, имиджевой и др.) разработайте собственный инструментарий и проведите контент-анализ

коммуникационной деятельности партии в СМИ или сети Интернет. Результаты изложите в виде краткого аналитического отчёта.

Литература основная: № 2, 5, 9, 12, 13, 15, 16, 18.

Литература дополнительная: № 1, 10, 12, 19, 22.

Тема 7. Формирование политической идентичности в управлении политическими партиями

Контрольные вопросы:

1. Понятие, структура, виды и функции политической идентичности. Политическая и партийная идентичность: соотношение понятий.
2. Цели, задачи и механизмы формирования политической идентичности в управлении политической партией.
3. Условия и факторы формирования политической идентичности в контексте управления политической партией.
4. Роль лидера политической партии в формировании политической идентичности.
5. Социологические методики исследования идентификационных процессов в партийном управлении.

Задания для самостоятельной работы:

1. Как Вы считаете, какие факторы являются определяющими в формировании политической идентичности в современном российском обществе? И как это влияет на формирование политической идентичности в управлении политической партией? Обоснуйте свой ответ, используя конкретные эмпирические данные.
2. Используя конкретные примеры, подготовьте доклад по теме: «Название партии и ее символы как факторы партийной идентификации».

Литература основная: № 1, 2, 6, 9, 12, 13, 17, 18.

Литература дополнительная: № 10, 11, 12, 14, 15, 19, 22.

Тема 8. Управление политической партией в условиях политической конкурентной среды

Контрольные вопросы:

1. Политическая конкуренция как система политических взаимодействий между участниками политического процесса: понятие, содержание и причины.
2. Партия как субъект политической конкуренции.
3. Информационно-аналитические технологии исследования политической конкурентной среды партии.
4. Проблемы и технологии снижения негативного воздействия конкурентной среды партии. Антикризисное управление в политических кампаниях партии.
5. Маркетинговые технологии в управлении политической партией в условиях политической конкуренции.

Задания для самостоятельной работы:

1. Подготовьте доклад на тему: «Конкурентный статус партии: понятие, содержание и критерии выделения». Используйте конкретные примеры.
2. Предложите план действий на случай возникновения кризисной ситуации в избирательной кампании политической партии (по вашему выбору). Результат представьте в форме доклада с использованием компьютерных технологий.

Литература основная: № 2, 9, 12, 13, 14, 15, 18.

Литература дополнительная: № 10, 11, 12, 18, 19, 22.

Тема 9. Политическое консультирование в политической партии

Контрольные вопросы:

1. Политическое консультирование как вид управленческой деятельности в политической партии.
2. Принципы построения алгоритма в процессе политического консультирования в политической партии.

3. Принципы профессионального политического консультирования в управлении политической партией.
4. Политический консалтинг в управлении политическими партиями в современной России: становление, состояние, основные проблемы.

Задания для самостоятельной работы:

1. Подготовьте доклад на тему: «Основные формы и направления политического консультирования в управлении политической партией».
2. Перечислите, какие основные этические требования должны предъявляться к профессиональному политическому консультированию в политической партии и в чем заключаются основные критерии профессионализма политических консультантов. Обоснуйте свою позицию.
3. С позиций политического консультанта разработайте план мероприятий для создания и продвижения политической партии на российском политическом рынке (на примере конкретной политической ситуации). Представьте его в форме презентации.

Литература основная: № 2, 3, 9, 12, 13, 15, 18.

Литература дополнительная: № 4, 10, 11, 12, 17, 19, 22.

11. Фонды оценочных средств для текущего контроля и промежуточной аттестации

11.1. Практические задания:

1. Составьте таблицу, отражающую основные виды политического менеджмента, их цели и задачи в политико-управленческом процессе политических партий.
2. Рассмотрите и проанализируйте организационную структуру и аппарат управления конкретной (русской или зарубежной) политической партии. Результаты представьте в виде сообщения с использованием компьютерных технологий.
3. На конкретном примере (по собственному выбору из отечественной или зарубежной политической практики) проанализируйте политическую кампанию политической партии, определите управленческие задачи и алгоритм разработки стратегии. Свой ответ изложите в формате аналитической записки.
4. Используя основные типологии политических партий, выделите и охарактеризуйте основные типы политических партий в современной России. Полученные результаты представьте в виде таблицы.
5. На примере конкретной политической кампании политической партии (избирательной, имиджевой и др.) разработайте собственный инструментарий и проведите контент-анализ коммуникационной деятельности партии в СМИ или сети Интернет. Результаты отразите в кратком аналитическом отчете.
6. Обоснуйте, какие факторы являются определяющими в формировании политической идентичности в современном российском обществе? И как это влияет на формирование политической идентичности в управлении политической партией? Изложите свою позицию, используя конкретные эмпирические данные.
7. Предложите план действий на случай возникновения кризисной ситуации в избирательной кампании политической партии (по вашему выбору). Результат представьте в форме доклада с использованием компьютерных технологий.
8. Сформулируйте в виде тезисов свою позицию по отношению к тому, какие основные этические требования должны предъявляться к профессиональному политическому консультированию в политической партии и в чем заключаются основные критерии профессионализма политических консультантов.
9. С позиций политического консультанта разработайте план мероприятий для создания и продвижения политической партии на российском политическом рынке (на примере конкретной политической ситуации). Представьте его в форме презентации.
10. Разработайте собственную систему критериев оценки конкурентного статуса политической партии. Результат представьте в форме сообщения.

11.2. Эссе:

1. В кратком эссе (не более 5000 знаков) в сравнительном аспекте рассмотрите управление политическими партиями как проблему менеджмента организаций и как направление политического менеджмента.
2. В кратком эссе (не более 5000 знаков) в виде сравнительного анализа изложите, как соотносятся предметные области социологии политических партий, политической социологии и политического менеджмента в исследовании политических партий.
3. Подготовьте эссе, где изложите свое видение роли идеологии в развитии современных политических партий.

11.3. Доклады:

При подготовке докладов магистрантами в обязательном порядке должны использоваться примеры из реальной политической практики.

1. Политическая партия как социально-политический институт.
2. Интернет-партия как новый тип партийной структурной организации и объект политического менеджмента.
3. Название партии и ее символы как фактор партийной идентификации.
4. Политический брэндинг как вид политического управления партии.
5. Конкурентный статус партии: понятие, содержание и критерии выделения.
6. Основные формы и направления политического консультирования в управлении политической партией.

11.4. Примерный список вопросов к промежуточной аттестации(зачету)

1. Политическая партия как субъект политического менеджмента. Понятие и признаки политической партии.
2. Объект, предмет, система категорий социологии политических партий.
3. Методы социологического анализа политических партий и их политико-управленческой деятельности.
4. Этапы развития политических партий в концепциях М. Вебера, М.Я. Острогорского, М. Дюверже.
5. Место и роль политических партий в системе отношений «гражданское общество-государство».
6. Основные конституирующие функции политической партии как социально-политического института.
7. Политическая партия как тип политической организации: основные признаки и характерные черты.
8. Формальная и неформальная структура политической партии. Концентрическая модель причастности партии в концепции М. Дюверже.
9. Аппарат политической партии: структура и функции.
10. Организационная структура политической партии как фактор ее управленческой деятельности.
11. Сетевая политическая партия как тип партийной организации и как субъект политического менеджмента.
12. Основания типологизации и классификации современных политических партий. Типология политических партий М. Дюверже. Основные признаки и организационные особенности массовой политической партии.
13. Основные изменения в политических партиях в условиях постиндустриального информационного общества.
14. Управление политическими организациями как вид политического менеджмента. Основные направления в управлении политическими партиями.
15. Структура и механизм управления политическими партиями. Профессиональные виды управленческой деятельности в политической партии.

16. Факторы управления и критерии оценки эффективности управления политическими партиями.
17. Прикладные методики в исследовании процессов управления политическими партиями.
18. Понятие, уровни, цели и задачи политической кампании партии.
19. «Команда» как субъект управления политической избирательной кампанией партии.
20. Понятие и сегментация объекта управления в избирательной кампании политической партии.
21. Информационно-аналитическое сопровождение в управлении политической кампанией партии.
22. Уровни, основные каналы, функции и задачи политической коммуникации в избирательных кампаниях политических партий.
23. Информационная кампания партии: понятие, содержание и принципы разработки ее центральной темы.
24. Политическая реклама и политический PR как направления информационной деятельности в управлении политической кампанией партии.
25. Понятие, структура и виды политической идентичности. Цели и задачи формирования политической идентичности в управлении политической партией.
26. Механизм формирования партийной идентичности и способы вовлечения граждан во взаимодействие с политической партией.
27. Роль лидера политической партии в формировании политической идентичности.
28. Социологические методики исследования идентификационных процессов в партийном управлении.
29. Политической конкуренция как система политических взаимодействий между участниками политического процесса: понятие, содержание и причины.
30. Партия как субъект политической конкуренции. Конкурентный статус партии: содержание и критерии выделения.
31. Информационно-аналитические технологии исследования политической конкурентной среды партии.
32. Проблемы и технологии снижения негативного воздействия конкурентной среды партии. Антикризисное управление в политических кампаниях партии.
33. Маркетинговые технологии в управлении политической партией в условиях политической конкуренции.
34. Политическое консультирование как вид управленческой деятельности в политической партии. Формы и направления политического консультирования.
35. Этические требования к профессиональному политическому консультированию. Основные критерии профессионализма политических консультантов.

12. Ресурсное обеспечение дисциплины

12.1. Основная литература

1. Алмонд Г., Пауэлл Дж., Стром К., Далтон Р. Сравнительная политология сегодня. Мировой обзор / под ред. М.В. Ильина, А.Ю. Мельвиля. М.: Аспект Пресс, 2002.
2. Головин В.А. Управление в политической партии / под научн. ред. А.Н. Вырщикова. Волгоград: Издательство «Панорама», 2005.
3. Гончаров В.Э. Современное политическое консультирование. СПб.: ИВЭСЭП, 2007.
4. Дюверже М. Политические партии. М.: Академический проект; Королёв: Парадигма, 2005.
5. Зотова З.М. Избирательная кампания политических партий в схемах. Вып.1. М.: РЦОИТ, 2007.
6. Исаев Б.А. Теория партий и партийных систем: учебн. пособие для студентов ВУЗов. М.: Аспект Пресс, 2008

7. *Кац Р. Мэйр П.* Изменяющиеся модели партийной организации и партийной демократии: возникновение картельных партий / Теория партий и партийных систем: Хрестоматия/ сост. Б. Исаев. М.: Аспект Пресс, 2008.
8. *Козырев Г.И.* Политическая социология: учеб. пособие. М.: ИД «ФОРУМ», 2013.
9. *Колесников В.Н., Семенов В.А.* Политический менеджмент: учебн. пособие. СПб.: Питер, 2012.
10. *Котляров И.В.* Социология политических партий. Минск: Беларуская навука, 2011.
11. *Кынев А.В., Любарев А.Е.* Партии и выборы в современной России: Эволюция и деволюция. М: Фонд «Либеральная миссия»; Новое литературное обозрение, 2011.
12. *Лантфуллин Г.Р. Новичков В.Н.* Политическая организация: Учебное пособие. СПб.: Питер, 2016.
13. *Малкин Е., Сучков Е.* Политические технологии: [Избирательные технологии, партийное строительство, политические проекты]. М.: Русская панорама, 2008.
14. *Мейтус В., Мейтус В.* Политическая партия: стратегия и управление. Киев: Эльга; Ника-Центр, 2004.
15. *Недяк И.Л.* Политический маркетинг. Основы теории. М.: Весь мир, 2008.
16. Политические коммуникации: учеб. Пособие для студентов ВУЗов / под ред. А.И. Соловьева. М.: Аспект Пресс, 2004.
17. *Попова О. В.* Особенности политической идентичности в России и странах Европы // Полис. 2009. № 1. С. 143-158.
18. *Пушкарёва Г.В.* Политический менеджмент: учебн. пособие для студентов упр. специальностей ВУЗов. М.: Дело, 2002.
19. *Сморгунов Л.В.* Сетевые политические партии // Политические исследования. 2014. № 4. С. 21- 37.
20. *Тощенко Ж.Т.* Политическая социология. М.: Юрайт, 2012.

12.2. Дополнительная литература

1. *Володенков С.В.* Современная коммуникация как основа эффективной политической кампании // Вестник МГУ. Сер. 12. Политические науки. 2010. №1.
2. *Дегтярев А.А.* Принятие политических решений. М.: КДУ, 2004.
3. *Жуков Ю.М.* Технологии командообразования. Учебное пособие для ВУЗов / Ю.М. Жуков, А.В. Журавлёв, Е.Н. Павлова. М.: Аспект Пресс, 2008.
4. *Забурдаева Е.В.* Политическое консультирование в США и России: Учебн. пособ. М.: Проспект, 2010.
5. *Заславский С.Е., Зотова З.М.* Правовые основы участия политических партий в выборах. М.: РЦОИТ, 2006.
6. *Иванченко А.В., Любарев А.Е.* Российские выборы от перестройки до суверенной демократии. М.: Аспект-Пресс, 2006.
7. *Каширских О.Н.* Политические партии Германии в контексте модернизации политической коммуникации // Полис. 2009. № 2.
8. *Коргунюк Ю.Г.* Концепция размежеваний и факторный анализ // Полития. 2013. No 3.
9. *Маклин Э.* Формы представительства и системы голосования: Пер. с англ. // Современная политическая теория / авт.-сост. Д. Хелл / под общ. ред. В.И. Даниленко. М.: NOTA VENE, 2001.
10. *Морозова Е.Г.* Электоральный менеджмент. Учебное пособие. М.: РЦОИТ, 2002.
11. *Некрасова А.Н.* Политический маркетинг, политический менеджмент: Конспект лекций для студентов специальностей «Психология», «Социология», «Государственное и муниципальное управление». М: МИИТ, 2009.
12. *Ольшанский Д.В. Пеньков В.Ф.* Политический консалтинг: Учебн. пособие для студентов ВУЗов. СПб.: Питер, 2005.
13. *Острогорский М.Я.* Демократия и политические партии. М.: РОСПЭН, 1997.

14. Партийная реформа и контрреформа 2012-2014 годов: предпосылки, предварительные итоги, тенденции / под ред. Н.А. Борисова, Ю.Г. Коргунюка, А.Е. Любарева, Г.М. Михалевой. М.: Издательство «Товарищество научных изданий «КМК», 2015.
15. Политический процесс: основные аспекты и способы анализа / под ред. Е.Ю. Мелешкиной. М.: «Инфра-М», 2001.
16. Политология: учебник / под ред. Ю.А. Мельвиля. М.: Проспект, 2008.
17. *Полковников А.В., Дубовик М.Ф.* Управление проектами. М.: Эксмо, 2011.
18. *Пишизова С.Н.* Становление политических рынков как теоретическая проблема // Политическая теория, язык и идеология / отв. ред. Н.А. Романович. М.: РАПН, 2008.
19. *Пушкарева Г.В.* Политический менеджмент: учебник и практикум для академического бакалавриата. М.: Юрайт, 2015.
20. *Работяжев Н.В.* Лейбористская партия Великобритании на пути адаптации к современному миру // Полития. 2014. №2.
21. *Симонов К.В.* Нужна ли России двухпартийность? // Полис. 2015. №2.
22. *Шарков Ф.И.* Политический консалтинг (Специализация курса «Консалтинг в связях с общественностью»): Учебн. пособие для вузов. М.: ИТК «Дашков и К», 2005.
23. Федеральный закон «О политических партиях». Новосибирск: Норматика, 2012.
24. *Katz R. S., Mair P.* The Cartel Party Thesis: A Restatement // Perspectives on Politics. 2009. Vol. 7. № 4. P. 753 – 766.

12.3. Интернет-ресурсы

№		Web-адрес
1	Журнал «Полис. Политические исследования»	http://www.politstudies.ru/
2	Журнал «Социс. Социологические исследования»	http://www.nir.ru/socio/skipubl/socis.htm -
3	Журнал «Политическая наука»	http://www.politnauka.org/
4	Журнал «Власть»	http://www.isras.ru/authority.html . http://www.4vlasti.ru
5	Журнал «Вестник Московского университета. Сер. 18. Социология и политология»	http://www.vestnik.socio.msu.ru/
6	Журнал «Вестник Московского университета. Сер. 12. «Политические науки»	http://www.polit.msu.ru/vestnik
7	Федеральная служба государственной статистики РФ	http://www.gks.ru
8	Российская государственная библиотека	http://www.rsl.ru/
9	Электронная гуманитарная библиотека	http://www.gumfak.ru/
10	Научная электронная библиотека	http://www.elibrary.ru
11	Национальная электронная библиотека	http://www.nel.nns.ru/

12	Библиотека Конгресса США	http://www.lswweb.loc.gov
----	-----------------------------	---

12.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса

Освоение дисциплины предполагает использование в процессе обучения следующих интерактивных обучающих технологий:

- Проведение групповых дискуссий по актуальным теоретико-методологическим и прикладным проблемам социологии политических партий;
- Анализ интернет-сайтов, порталов, информационных баз, рекламной продукции в разрезе исследования конкретных проблем управления политическими партиями;
- Моделирование и анализ конкретных политико-управленческих ситуаций в политических партиях с использованием ситуационного и сравнительного методов.

12.4. Описание материально-технической базы

Для обеспечения образовательного процесса социологический факультет располагает:

- учебными аудиториями;
- специализированными кабинетами, оборудованными мультимедийными средствами;
- компьютерными классами;
- научно-методическим центром.

13. Язык преподавания – русский.

14. Преподаватель: доцент кафедры политологии и социологии политических процессов социологического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова, кандидат социологических наук **Карпова Н.В.**

Фонды оценочных средств

Критерии и процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине, характеризующих этапы формирования компетенций

Формируемые компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
<p>Владение классическими и современными социологическими теориями, методологическими подходами, исследовательскими методами и новейшими направлениями современной социологии как основой профессиональной деятельности (ПК-1)</p>	<p>ЗНАТЬ: современные теории и методологические подходы в области политической социологии и политического менеджмента для профессионального исследования политических партий на разных этапах функционирования политической системы, а также процессов партийного управления как вида политического менеджмента</p>	<p>Устный опрос (темы 1-4); практические задания (тема 4); эссе (темы 1,4); доклады (темы 1,9); контрольные вопросы (темы 1-4)</p>
<p>Способность разрабатывать научный аппарат исследования в фундаментальных и прикладных областях социологии (ПК-5)</p>	<p>ЗНАТЬ: определения базовых категорий социологии политических партий, социологии политического менеджмента и политического маркетинга</p>	<p>Устный опрос (темы 1-9); практические задания (темы 3,4); эссе (темы 1,3,4); доклады (темы 1, 7, 9); контрольные вопросы (темы 1-9)</p>
	<p>УМЕТЬ: использовать базовые категории теории социологии политических партий, политического менеджмента и политического маркетинга в исследовании теоретических и прикладных проблем управления политическими партиями</p>	<p>Устный опрос (темы 1-9); практические задания (темы 2, 3, 8, 9); эссе (темы 1,4); доклады (темы 8, 9); контрольные вопросы (темы 1-9)</p>
<p>Способность на основе социологической теории анализировать и интерпретировать социальную, демографическую, политическую,</p>	<p>ВЛАДЕТЬ: навыками социологического анализа и интерпретации информационно-аналитических материалов,</p>	<p>Устный опрос (темы 3, 5-9); практические задания (темы 5-9); эссе (тема 3); доклады (тема 7); контрольные вопросы (темы 4-9)</p>

экономическую, культурную и естественнонаучную информацию для решения профессиональных задач (ПК-8)	способствующих решению исследовательских и практических задач в сфере управления политическими партиями как вида политического менеджмента.	
	УМЕТЬ: самостоятельно формировать и анализировать информационные массивы, необходимые для решения конкретных профессиональных задач в процессе управления различными политическими кампаниями партии.	Устный опрос (темы 5-9); практические задания (темы 5-9); доклады (тема 7); контрольные вопросы (темы 4-9)
Способность применять знания для самостоятельной разработки методического инструментария планирования, организации, проведения и мониторинга исследовательских, аналитических и консалтинговых проектов в сфере политического менеджмента, социологического сопровождения управления человеческими ресурсами в политических кампаниях(СПК-1)	ЗНАТЬ: теоретико-методологические подходы политической социологии и политического менеджмента для разработки методического инструментария планирования, организации, проведения и мониторинга исследовательских, аналитических и консалтинговых проектов при социологическом сопровождении управления человеческими ресурсами в политических кампаниях партии.	Устный опрос (темы 1-9); практические задания (темы 4-9); эссе (темы 1, 4); доклады (темы 7, 8, 9); контрольные вопросы (темы 1-9)
	УМЕТЬ: осуществлять самостоятельную разработку инструментария для реализации планирования, организации, проведения и мониторинга исследовательских, аналитических и консалтинговых проектов	Устный опрос (темы 4-9); практические задания (темы 5-9); доклады (темы 8, 9); контрольные вопросы (темы 4-9)

	при социологическом сопровождении управления человеческими ресурсами в политических кампаниях партии.	
--	---	--

1. Контрольные вопросы:

1. Понятие, научные трактовки и признаки политической партии.
2. Цели и функции политических партий в политической системе и обществе.
3. Основные этапы развития политических партий в концепциях М. Вебера, М.Я. Острогорского, М. Дюверже.
4. Особенности социологического подхода в исследовании политических партий.
5. Объект, предмет, система категорий социологии политических партий.
6. Социологический анализ политической партии как субъекта политического менеджмента.
7. Теоретические и прикладные методы социологического анализа политических партий и их деятельности.
8. Политическая партия как тип политической организации: основные признаки и характерные черты.
9. Формальная и неформальная структура политической партии. Концентрическая модель причастности партии в концепции М. Дюверже.
10. Аппарат политической партии: структура и функции.
11. Процессы олигархизации и бюрократизации в партийной структуре. Проблемы внутрипартийной демократии.
12. Интернет-партии как новый тип партийной структурной организации.
13. Основные критерии и подходы к типологизации и классификации современных политических партий.
14. Типология политических партий М. Дюверже. Основные признаки и организационные особенности массовой политической партии.
15. Основные тенденции в развитии типов современных политических партий.
16. Деятельность партий в Европарламенте и формы их международного сотрудничества.
17. Социологические методики классификации и типологизации политических партий.
18. Управление политическими партиями как проблема политической социологии и политического менеджмента. Основные направления в управлении политическими партиями.
19. Основные теоретико-методологические подходы к исследованию проблемы управления политическими партиями.
20. Политическое управление и политический менеджмент в политических партиях: соотношение понятий и политической практики.
21. Структура и механизм управления политическими партиями. Профессиональные виды управленческой деятельности в политической партии.
22. Факторы управления политическими партиями.
23. Основные критерии оценки эффективности управления политическими партиями.
24. Понятие, уровни, цели, виды и задачи политической кампании партии.
25. Управленческие задачи и алгоритм разработки стратегии политической кампании партии.
26. Понятие и сегментация объекта управления в политической кампании партии.
27. Основные факторы внешней среды и их значение в управлении политической кампанией партии.
28. Информационно-аналитическое сопровождение политической кампании партии.

29. Уровни, основные каналы, функции и задачи политической коммуникации в политических кампаниях партий.
30. Информационная кампания партии: понятие, содержание и принципы разработки ее центральной темы.
31. Политическая реклама и политический PR как направления информационной деятельности в управлении политической кампанией партии.
32. Интернет как канал распространения политической рекламы.
33. Контент анализ как инструмент исследования информационно-коммуникационных процессов политической партии.
34. Понятие, структура, виды и функции политической идентичности. Политическая и партийная идентичность: соотношение понятий.
35. Цели, задачи и механизмы формирования политической идентичности в управлении политической партией.
36. Условия и факторы формирования политической идентичности в контексте управления политической партией.
37. Роль лидера политической партии в формировании политической идентичности.
38. Социологические методики исследования идентификационных процессов в партийном управлении.
39. Политическая конкуренция как система политических взаимодействий между участниками политического процесса: понятие, содержание и причины.
40. Партия как субъект политической конкуренции. Конкурентный статус партии: содержание и критерии выделения.
41. Информационно-аналитические технологии исследования политической конкурентной среды партии.
42. Проблемы и технологии снижения негативного воздействия конкурентной среды партии. Антикризисное управление в политических кампаниях партии.
43. Маркетинговые технологии в управлении политической партией в условиях политической конкуренции.
44. Политическое консультирование как вид управленческой деятельности в политической партии.
45. Основные формы и направления политического консультирования в управлении политической партией.
46. Принципы построения алгоритма в процессе политического консультирования в политической партии.
47. Принципы профессионального политического консультирования в управлении политической партией.
48. Политический консалтинг в управлении политическими партиями в современной России: становление, состояние, основные проблемы.

Критерии оценки работы магистранта на занятии

Вид работы	Оценка	Описание критериев оценки
Работа на занятии	Отлично	Магистрант демонстрирует знание рекомендованной основной и дополнительной литературы, активно участвует в обсуждении вопросов по теме занятия, логично выстраивает ответы и аргументированно обосновывает свою точку зрения, опираясь на теоретические, эмпирические и иные источники, прямо или косвенно касающиеся темы занятия. Принимает участие в подготовке и обсуждении докладов, демонстрирует способность к самостоятельной работе.
	Хорошо	Магистрант в целом демонстрирует хорошее знание рекомендованной основной литературы, принимает активное участие в обсуждении предлагаемых вопросов и докладов, однако не всегда убедителен в обосновании своей точки зрения в силу фрагментарных знаний по отдельным проблемам темы.
	Удовлетворительно	Магистрант поверхностно знаком с рекомендованной основной и/или дополнительной литературой. Не проявляет активности в обсуждаемых на занятии вопросах, при ответе не способен концептуально и убедительно обосновать собственную точку зрения.
	Неудовлетворительно	Магистрант не готовится к занятиям и не принимает участия в работе.

2. Практические задания:

1. Составьте таблицу, отражающую основные виды политического менеджмента, их цели и задачи в политико-управленческом процессе политических партий.
2. Предложите план действий на случай возникновения кризисной ситуации в избирательной кампании политической партии (по вашему выбору). Результат представьте в форме доклада с использованием компьютерных технологий.
3. Перечислите, какие основные этические требования должны предъявляться к профессиональному политическому консультированию в политической партии и в чем заключаются основные критерии профессионализма политических консультантов. Обоснуйте свою позицию.
4. С позиций политического консультанта разработайте план мероприятий для создания и продвижения политической партии на российском политическом рынке (на примере конкретной политической ситуации). Представьте его в форме презентации.
5. Рассмотрите и проанализируйте организационную структуру и аппарат управления конкретной (русской или зарубежной) политической партии. Результаты представьте в виде сообщения с использованием компьютерных технологий.

6. Используя основные типологии политических партий, выделите и охарактеризуйте основные типы политических партий в современной России. Полученные результаты представьте в виде таблицы.
7. На конкретном примере (по собственному выбору из отечественной или зарубежной политической практики) проанализируйте политическую кампанию политической партии, определите управленческие задачи и алгоритм разработки стратегии. Свой ответ представьте в формате аналитической записки.
8. На примере конкретной политической кампании политической партии (избирательной, имиджевой и др.) разработайте собственный инструментарий и проведите контент-анализ коммуникационной деятельности партии в СМИ или сети Интернет. Результаты изложите в виде краткого аналитического отчёта.
9. Обоснуйте, какие факторы являются определяющими в формировании политической идентичности в современном российском обществе? И как это влияет на формирование политической идентичности в управлении политической партией? Сформулируйте свой ответ, используя конкретные эмпирические данные.
10. Разработайте собственную систему критериев оценки конкурентного статуса политической партии. Результат представьте в форме сообщения.

Критерии оценки практических заданий, аналитических материалов

Вид работы	Оценка	Описание критериев оценки
Практическая работа	Отлично	Оценка отлично ставится в случае обязательного соответствия работы следующим пяти требованиям: 1) задание выполнено в полном объеме, соответствует теме и требованиям; 2) использованы различные методы анализа; 3) проведен глубокий анализ проблемы; 4) результаты изложены хорошим языком с употреблением научной социологической лексики; 5) отличное оформление работы.
	Хорошо	Если частично не соблюдается одно требование из пяти.
	Удовлетворительно	Если не соблюдаются три требования из пяти.
	Неудовлетворительно	Если не соблюдается более трех требований из пяти.

3. Темы докладов:

1. Политическая партия как социально-политический институт.
2. Интернет-партия как новый тип партийной структурной организации и объект политического менеджмента.
3. Название партии и ее символы как фактор партийной идентификации.
4. Политический брэндинг как вид политического управления партии.
5. Конкурентный статус партии: понятие, содержание и критерии выделения.
6. Основные формы и направления политического консультирования в управлении политической партией.

Критерии оценки доклада, сообщения на семинарском занятии

Виды работы	Оценка/процент	Описание критериев оценки
Доклад, сообщение на семинарском занятии	Отлично	Обучающийся активно занимался подготовкой сообщения, используя основную и дополнительную литературу, глубоко погружен в тему и может ответить на любой вопрос относительно её содержания. Само сообщение логически построено, стилистически грамотно, содержит интересные данные и вызывает у присутствующих живой интерес и порождает дискуссию.
	Хорошо	Магистрант занимался подготовкой работы, владеет темой и может ответить на большинство вопросов относительно ее содержания. Однако материал проанализирован недостаточно глубоко. Само сообщение логически построено, содержит орфографические и стилистические ошибки и вызывает у присутствующих интерес.
	Удовлетворительно	Обучающийся слабо занимался подготовкой работы, плохо разбирается в теме и не может ответить на вопросы относительно ее содержания. Само сообщение или доклад логически плохо построены, содержат орфографические и стилистические ошибки, не вызывают у присутствующих интереса.
	Неудовлетворительно	Магистрант не смог выступить, или работа не отвечает базовым критериям качества.

1. Темы эссе:

1. «Как соотносятся предметные области социологии политических партий, политической социологии и политического менеджмента в исследовании политических партий: сравнительный анализ».
2. «Управление политическими партиями как проблема менеджмента организаций и как направление политического менеджмента: сравнительный аспект».
3. «Роль идеологии в развитии и управлении современными политическими партиями?». Аргументируйте своё мнение конкретными примерами и верифицированными данными.

Критерии оценки эссе, реферата

Виды работы	Оценка/процент	Описание критериев оценки
Письменная работа - эссе, реферат	Отлично	Эссе имеет четкую структуру, соответствует содержанию темы и раскрывает её, при написании были использованы разнообразные источники. Магистрант показал знание проблемы, сформулировал и обосновал собственную точку зрения. Эссе логически выстроено, стилистически грамотно, содержит разнообразные

		примеры из практики/теории, подтверждающие выводы.
	Хорошо	Эссе написано в соответствие со структурой, при написании использованы разнообразные источники, тема раскрыта не полностью. Магистрант показал недостаточно глубокое погружение в проблему, в формулировке собственной точки зрения присутствуют отдельные недостатки. Эссе логически выстроено, стилистически грамотно.
	Удовлетворительно	Присутствует нарушение структуры эссе. Магистрант демонстрирует поверхностное знание и понимание темы; не сформулирована собственная точка зрения. Эссе содержит стилистические и орфографические ошибки
	Неудовлетворительно	Эссе не раскрывает содержание проблемы и/или является плагиатом

5. Примерный список вопросов к зачету

1. Политическая партия как субъект политического менеджмента. Понятие и признаки политической партии.
2. Объект, предмет, система категорий социологии политических партий.
3. Методы социологического анализа политических партий и их политико-управленческой деятельности.
4. Этапы развития политических партий в концепциях М. Вебера, М.Я. Острогорского, М. Дюверже.
5. Место и роль политических партий в системе отношений «гражданское общество-государство».
6. Основные конституирующие функции политической партии как социально-политического института.
7. Политическая партия как тип политической организации: основные признаки и характерные черты.
8. Формальная и неформальная структура политической партии. Концентрическая модель причастности партии в концепции М. Дюверже.
9. Аппарат политической партии: структура и функции.
10. Организационная структура политической партии как фактор ее управленческой деятельности.
11. Сетевая политическая партия как тип партийной организации и как субъект политического менеджмента.
12. Основания типологизации и классификации современных политических партий. Типология политических партий М. Дюверже. Основные признаки и организационные особенности массовой политической партии.
13. Основные изменения в политических партиях в условиях постиндустриального информационного общества.
14. Управление политическими организациями как вид политического менеджмента. Основные направления в управлении политическими партиями.
15. Структура и механизм управления политическими партиями. Профессиональные виды управленческой деятельности в политической партии.
16. Факторы управления и критерии оценки эффективности управления политическими партиями.

17. Прикладные методики в исследовании процессов управления политическими партиями.
18. Понятие, уровни, цели и задачи политической кампании партии.
19. «Команда» как субъект управления политической избирательной кампанией партии.
20. Понятие и сегментация объекта управления в избирательной кампании политической партии.
21. Информационно-аналитическое сопровождение в управлении политической кампанией партии.
22. Уровни, основные каналы, функции и задачи политической коммуникации в избирательных кампаниях политических партий.
23. Информационная кампания партии: понятие, содержание и принципы разработки ее центральной темы.
24. Политическая реклама и политический PR как направления информационной деятельности в управлении политической кампанией партии.
25. Понятие, структура и виды политической идентичности. Цели и задачи формирования политической идентичности в управлении политической партией.
26. Механизм формирования партийной идентичности и способы вовлечения граждан во взаимодействие с политической партией.
27. Роль лидера политической партии в формировании политической идентичности.
28. Социологические методики исследования идентификационных процессов в партийном управлении.
29. Политической конкуренция как система политических взаимодействий между участниками политического процесса: понятие, содержание и причины.
30. Партия как субъект политической конкуренции. Конкурентный статус партии: содержание и критерии выделения.
31. Информационно-аналитические технологии исследования политической конкурентной среды партии.
32. Проблемы и технологии снижения негативного воздействия конкурентной среды партии. Антикризисное управление в политических кампаниях партии.
33. Маркетинговые технологии в управлении политической партией в условиях политической конкуренции.
34. Политическое консультирование как вид управленческой деятельности в политической партии. Формы и направления политического консультирования.
35. Этические требования к профессиональному политическому консультированию. Основные критерии профессионализма политических консультантов.

Критерии оценки ответов на зачёте:

Зачтено	Ответ логически выстроен и излагается на хорошем русском языке. Обучающийся хорошо владеет необходимыми источниками, основной и дополнительной литературой, хорошо в ней ориентируется, использует при ответе отдельную специализированную лексику, дает хорошие ответы на дополнительные вопросы.
Не зачтено	В ответе полностью отсутствует явная логика, он излагается на приемлемом русском языке. Магистрант не владеет в полной мере даже основными источниками из обязательного списка литературы, не ориентируется в них. При ответе не использует специализированную лексику, дает неудовлетворительные ответы на дополнительные и основные вопросы.