

Экспертная оценка кампании по выборам в Госдуму

Выборы 2016



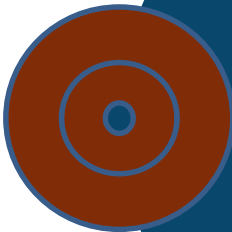
Комитет по политическим
технологиям

РАСО

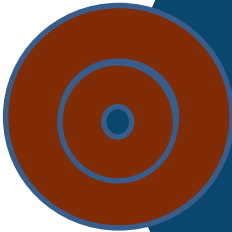
Государственная дума России



Параметры исследования

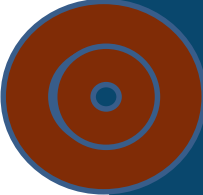


Исследование проводилось с 1 по 6 сентября 2016 г.

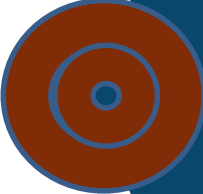


Опрошены члены Комитета по политическим
технологиям Российской ассоциации по связям с
общественностью (РАСО)

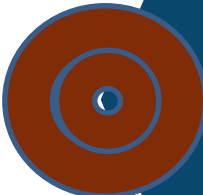
#politteh



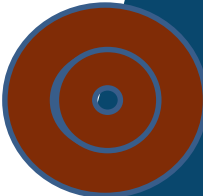
Эксперты достаточно низко оценивают кампании всех партий, включая парламентские. Основными факторами, снижающими остроту конкуренции, стали праймериз «Единой России», снявшие ряд внутриэлитных противоречий, и договоренности (как гласные, так и негласные) между партиями по одномандатным округам, а также дефицит финансовых ресурсов. «Единая Россия» при отсутствии серьезных вызовов со стороны соперников отчасти ведет кампанию по принципу разумной достаточности, рационально расходуя ресурсы, при этом не стремясь любой ценой взять большинство



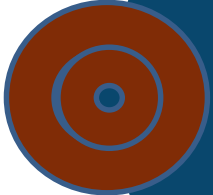
Непарламентские партии не смогли использовать свой шанс раскрутиться в ходе кампании. В связи с этим большая часть экспертов скептически оценивает их шансы на прохождение 5% барьера. Слабые выступления этих проектов наряду с притоком спонсоров к «Справедливой России» привели к росту оптимизма по поводу попадания в парламент партии С.Миронова



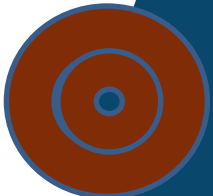
С точки зрения распределения мест по одномандатным округам, эксперты пророчат высокий результат «Единой России», который обеспечивает ей практически гарантированное большинство в парламенте



В то же время существуют шансы на прохождение 5% (невысокие) или 3% (более серьезные) барьера рядом проектов. На партию «Родина» играет актуализация антиолигархической повестки и первое место в бюллетене, на «Коммунистов России» - также удобное расположение в бюллетене и возможность перехвата части избирателей КПРФ, на Партию Пенсионеров за Справедливость - «говорящее название» и актуализация темы различных вариантов пенсионной реформы. «Яблоко» в условиях слабого выступления «Партии Роста» и перехода ПАРНАС из либеральной в радикально антипутинскую нишу становится лидером в либеральном сегменте



Конкуренция сосредотачивается в отдельных спорных округах, на уровне региональных заксобраний и муниципальных выборов, где местные элиты выясняют отношения между собой. Это не является специфичной российской чертой. В западных демократиях о конкуренции в 10-20% одномандатных округов можно говорить, как о норме



С учетом одномандатников в Госдуме VII созыва может быть представлено до 9 партий

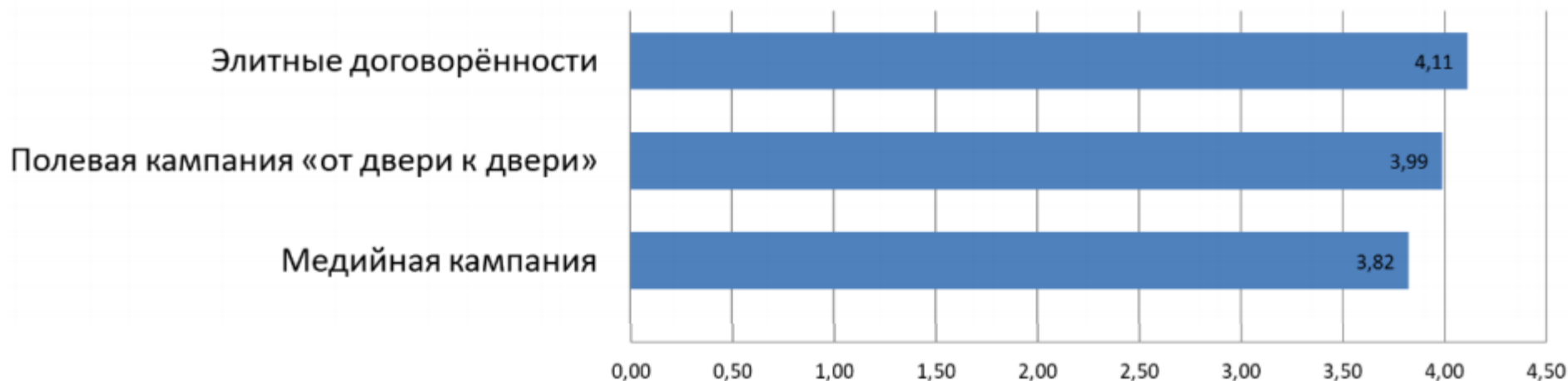


Исследование – апрель 2016.

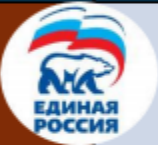
Оцените эффективность инструментов для кампании по выборам в Госдуму по 5-балльной шкале, где "1" - минимальная эффективность, "5" - максимальная эффективность

«Три кита»

Роль основных инструментов в избирательной кампании





		Базовый Электорат	Идеологи- ческий Ресурс	Лидеры	Финансы	Географи- ческая представл енность	Медиа	Оргструкту- -ра	Техноло- гическая команда	Итого
ЕР		8	5	8	7	10	9	8	5	60
ЛДПР		6	7	8	5	8	7	5	4	50
КПРФ		7	6	5	6	9	6	6	5	50
СР		3	3	3	5	7	5	5	5	36

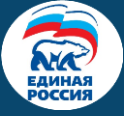


	Базовый Электорат	Идеологи- ческий Ресурс	Лидеры	Финансы	Географи- ческая представл енность	Медиа	Оргструкту- -ра	Техноло- гическая команда	Итого
Яблоко	 2	5	4	2	4	3	3	3	26
Родина	 2	4	2	2	4	3	3	4	22
Партия Роста	 1	2	2	3	3	3	2	1	17
ПАРНАС	 1	3	2	1	2	2	2	1	16



	Месседж	Полевая кампания	Билборды и АПМ	СМИ	Участие в дебатах	Социальные сети и интернет	Сшивка кампаний разных уровней	Управление повесткой (SPIN)	Суммарный балл
ЕР 	6	5	5	6	4	4	4	5	39
ЛДПР 	5	2	4	4	4	3	3	3	28
КПРФ 	4	3	4	4	4	3	3	3	28
СР 	4	4	4	3	2	3	3	3	26
Яблоко 	3	2	3	2	3	3	2	2	20
Родина 	2	2	3	2	3	2	2	2	18
ПАРНАС 	4	1	1	2	4	3	1	2	18



ЕР		7
СР		6
ЛДПР		5
КПРФ		4
Партия Роста		3
Родина		2
Яблоко		2



Патриоты России		2
Коммунисты России		2
Парнас		1
Российская партия пенсионеров за справедливость		1
Гражданская платформа		1
Зеленые		1
Гражданская сила		1



Электоральные перспективы (прогноз по спискам)

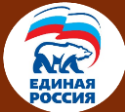
	ЕР 	КПРФ 	ЛДПР 	СР 	Родина 	Яблоко 	Партия пенсионеров 
Гарантированно проходит	100%	100%	100%	70%	0%	0%	0%
Может преодолеть 5%	0%	0%	0%	30%	20%	15%	10%
Может преодолеть 3%	0%	0%	0%	0%	50%	50%	50%
Наберет менее 3%	0%	0%	0%	0%	30%	35%	40%



Электоральные перспективы (прогноз по спискам)

	Коммунисты России	Патриоты России	Партия Роста	Парнас	Зеленые	Гражданская платформа	Гражданская сила
Гарантированно проходит	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Может преодолеть 5%	5%	5%	0%	0%	0%	0%	0%
Может преодолеть 3%	25%	20%	30%	15%	5%	5%	0%
Наберет менее 3%	70%	75%	70%	85%	95%	95%	100%



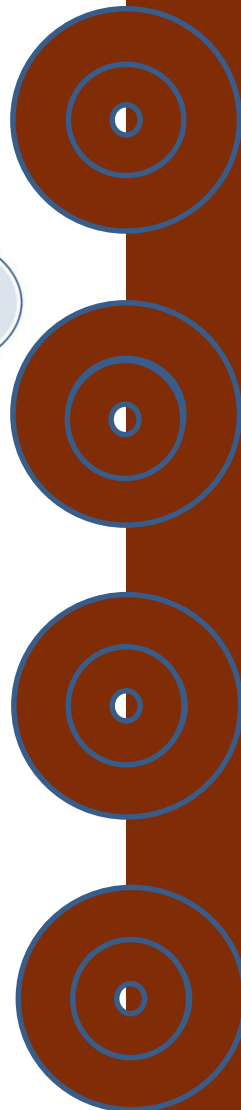
		Оценки
ЕР		160-180
КПРФ		15-35
СР		7-15
ЛДПР		1-10
Родина		1-2
Партия Роста		1-3



		Оценки
Яблоко		1-2
Патриоты России		0-2
Зеленые		0-1
ПАРНАС		0-1
Коммунисты России		0-1
Гражданская платформа		0-1
Гражданская сила		0



Комитет по политическим
технологиям
РАСО



Цитаты



Евгений Минченко,
Президент коммуникационного холдинга
«Минченко консалтинг»:



В ходе кампании развернулась конкуренция между большей частью партийных проектов за то, кто из них ближе к Владимиру Путину, который сохраняет беспрецедентный рейтинг доверия. Одни позиционировали себя как «спецназ президента», другие обещали «рассказать Путину правду» и т.д. Однако президент в ходе кампании достаточно четко спозиционировал себя как создателя «Единой России» и дал сигнал своему электоральному большинству в пользу этой партии. Это помогает «единороссам» на финальной стадии кампании донести свой ключевой месседж «вместе с президентом» до избирателя.



Евгений Сучков, политтехнолог:



Кампания демонстрирует, что практически ни одна российская партия так и не овладела в полной мере современными политическими технологиями. В частности не внедрены общепартийные стандарты кампаний и не задействованы технологии «сшивки» кампаний.



Кирилл Петров, политолог, руководитель
Аналитического департамента
Минченко консалтинг:



За 2 недели до голосования думские выборы по-прежнему лишены общефедеральной повестки. Месседж большинства партий размыт настолько, что мы даже не можем повторить их ключевой «слоган». КПРФ не стала единственной реально оппозиционной партией. СР все больше похожа на партию одного вопроса (ЖКХ). А ЛДПР нарезала территориальные группы так, что смысла бороться за высокий результат у партийцев, видимо, не осталось. Избиратель будет вынужден отвечать на 25 вопросов, из которых ни один не является главным. В этой ситуации лучше прочих определили мотив голосования за себя «Единая Россия» и «Парнас».



Аббас Галлямов, политолог:



Внятных месседжей нет практически ни у одного из участников выборов. Поэтому кампании получились расфокусированными, а предвыборные обещания многочисленными и словно написанными под копирку. Четко позиционировал себя только «Парнас»: мол, мы против Путина. Не факт, что этот призыв понравится избирателю, но он по крайней мере внятно сформулирован. «Единая Россия» начала очень расплывчато - из серии «мы за все хорошее и против всего плохого», - но ближе к концу стала фокусироваться на главном: «Вместе с президентом». Месседж несложный, поэтому есть шанс, что за оставшееся время единороссы сумеют донести его до избирателя.



Андрей Максимов, глава агентства «Максимов-консалтинг»:



Неслучившееся для малых партий. Главный неудачник РППС. Судьба сама шла в руки в виде проблем правительства и пенсионного фонда с индексацией пенсий, очередного увода их накопительной части, начала процесса повышения пенсионного возраста за пределы средней продолжительности жизни мужчин. Но партия заняла по сути позицию эксплуатации названия без озвучки проблем. Коммунисты России также не обозначили ни одной из живых социальных проблем, упершись в реанимацию образа Сталина. Зелёные, видимо, остались без средств на существование. И решили привлекать к себе внимание судебными процессами, подав иски об отмене регистрации В.Жириновского и А.Журавлева. «Родина» пытается акцентировать внимание на национальной проблематике, но сигнал слишком слабый и забивается ЛДПР. В целом, малым партиям не хватило решимости и желания пойти ва-банк, чтобы прорваться.



Эдуард Коридоров, политтехнолог:



На мой взгляд, кампания - весьма аморфная, идеологически и технологически малосодержательная. Почти полностью отсутствует полевая активность, очень мало АПМ. По сути, все свелось к вялым информационным подачам в СМИ и листовочно-баннерным «войнушкам». Отмечу заметную, на фоне других, агитационную кампанию СР (особенно в деле выпуска и распространения АПМ). Все идет к тому, что явка будет не очень высокой, что, на мой взгляд, гарантирует прохождение в Госдуму всех четырех парламентских партий и снижает шансы всех остальных.



Александр Пожалов, политолог,
директор по исследованиям Института
социально-экономических и политических
исследований:



Повесткой федеральной кампании не управляет ни одна из партий. Это делает исполнительная власть, точнее - министерства финансового и социального блока в разгар верстки бюджета. Вынося аппаратные противостояния и несогласованные инициативы по бюджету на публику в самый пик кампании, Минфин и соцблок постоянно подкидывают головной боли «Единой России» и лидеру ее списка и раздают удобные пасы оппозиции. Но свое главное действие по управлению повесткой «Единая Россия» совершила еще в начале года, когда через праймериз спустила ее с федерального (требования отставки правительства) на локальный уровень (кампании в округах, куда через освобожденные округа вовлечена и оппозиция). Оппозиция так и не смогла или не захотела сориентироваться и навязать новую федеральную повестку.



Руслан Модин, политтехнолог:



Там, где происходят выборы в законодательные собрания или крупные муниципалитеты, повестка выборов в Госдуму отодвигается на второй план. Все «три кита» - элитные расклады, полевая кампания и GOTV, «медийка» - все сосредоточено на низовом, но более бюджетном уровне. Региональным элитам Госдума менее интересна. Быть депутатом Госдумы сегодня для представителей ФПГ приносит больше неудобств, чем выгоды. А вот на субъектовом уровне совсем другая картина. В ряде округов идет настоящая электоральная война, включая зачистки, выемки, суды, снятия, восстановления, провокации и т.п. Сегодня потенциальный инвестор в региональную кампанию заранее знает, где он вытащит миллиард-другой из бюджета, если получит большинство в заксобрании. Не всегда однопартийное, кстати.



Сергей Толмачев, генеральный директор
компании «Вертикаль»:



Самые интересные в технологическом отношении кампании сейчас проходят в одномандатных округах в Госдуму и законодательные собрания. Там штабы находят новые креативные и технологические ходы. Например, применение планшетов при совершении поквартирной агитации, что выводит эту технологию на другой уровень и с точки зрения контроля, и с точки зрения качества воздействия.



Виктор Потуремский, политтехнолог:

Кампания партии «Патриоты России» в Красноярском крае отличается от кампании в целом по стране. Первый момент - эффективная сшивка кампании в ЗС и ГД. При этом вся партийная повестка сведена к уровню региона. Рассуждения про сильный и богатый край, вернуть налоги из Москвы. К концу кампании все темы страновые сведены к региону и центрированы на фигуре Анатолия Быкова (который теперь не кандидат). В этой связи интересно второе - "команда Быкова" поглотила "план Семигина". Можно точно говорить, что в отдельно взятом регионе федеральная партия стала региональной франшизой в сильно переосмысленном авторском исполнении вплоть до разрушения бренда.



Григорий Добромелов, директор
Института прикладных политических
исследований:



Избирательная кампания проходит спокойно, предсказуемо и управляемо. Кремль решил большинство сложных задач еще на стадии предварительного планирования и согласования кандидатов. Несмотря на рост легитимности и открытости, рост конкурентности ограничен, в первую очередь из-за неготовности как системной, так и несистемной оппозиции конкурировать с ЕР. Качество, а значит и эффективность, ведения кампании почти всеми участниками, как по спискам (в абсолютном большинстве случаев), так и по мажоритарным округам – нельзя назвать очень высокими. Практически отсутствуют свежие яркие идеи и технологические новинки. Крайне слабая кампания в сети интернет. Это результат, в первую очередь, сжатия финансирования, во-вторую, невысокого профессионального уровня команд, в-третью, отсутствия особого желания почти всех игроков нарушать статус-кво.



Алексей Куртов, политконсультант:



Две печальные особенности настоящей кампании:

1. Практически полное отсутствие нишевых идеологий у крупных партий. Все партии за все хорошее, против всего плохого, за Президента и против нерадивых чиновников. Никаких находок. Скучно. Только пенсионеры, партия Роста и Парнас пытаются изобразить хоть какое-то идеологическое отличие;
2. Российский политикум всегда был ориентирован на лидеров партий. На их харизматических качествах строились партийные кампании прошлых лет. Нынче же все лидеры стали бесцветными за фигурой Президента. Такое впечатление, что именно он возглавляет практически все партии, кроме, пожалуй, Яблока и Парнаса.



Валентин Бианки, политтехнолог:



Базовый технологический прогноз Комитета по политтехнологиям РАСО подтвердился - элитные договорённости на ранних стадиях привели к снижению накала борьбы в округах, в интернете толковых проектов почти нет, качество наружной рекламы низкое, месседжи не вполне чётко сформулированы. Самые интересные округа - те, где или по договорённости, или по факту лидируют оппозиционеры. Эти округа ожидаемо приманили кандидатов с деньгами, и это - в части округов - дало реальную борьбу.



Василий Боков, политтехнолог:



Выбор будущего на выборах в Госдуму не происходит. Этот выбор — монополия В.Путина, что, как представляется, устраивает 90% населения и элит. В этих условиях политические партии вынуждены вести кампании с использованием преимущественно рекламного подхода. Эстетическая привлекательность рекламы и сила сигнала - два слагаемых успеха. Но как минимум второе условие не выполняется: «Зачем тратить деньги, если все решено»? На этом фоне страдает и эстетика - федеральные сигналы "перешибают" одномандатники и региональные кампании, получается попури, которое дезориентирует и демобилизует избирателя.



Александр Сайгин, политтехнолог:



Интернет всё больше и больше используют в кампании. Но его развитие можно сравнить с развитием политтехнологий в РФ к 1992 году. Пока больше шаманство, нежели системная работа, в которой учитываются качественные и количественные характеристики поля, в котором приходится работать. Мало инструментов для измерения результативности и тотальное недоверие (читай - боязнь) интернет-пространства заказчиками.



Александр Пожалов, политолог,
директор по исследованиям Института
социально-экономических и политических
исследований:



Если на старте кампании для «Единой России» наиболее вероятным виделся сценарий победы в 165 округах, то к концу кампании, судя по развитию ситуации в проблемных для округах и спаду активности оппозиционеров, партия может рассчитывать на порядка 180 побед. Однако все зависит эмоционального состояния неопределившихся и балансирующих избирателей в последние дни перед выборами и явки. Причем по явке нет прямой зависимости: где-то низкая явка поможет ресурсным оппонентам, делающим ставку на «привод» и «закуп», где-то низкая явка, наоборот, окажется на руку единороссам.



Василий Боков, политтехнолог:



Мобилизация превращается в настоящую технологическую проблему - как для страны в целом, так и для партий и кандидатов. И до результатов голосования очень сложно говорить о том, кто как с этим справится. Очевидно одно: большим игрокам решать эту проблему проще. Это и полноценное участковое поле, и сшивки, и работа со средами (что много шире, чем просто админресурс), и проекты самого дня голосования, причем не массовые, но повышающие явку сторонников кандидатов. Если этим заниматься, результат будет серьезно отличаться от рейтингов. Но есть лишь отдельные конкурентные округа, где ведутся такие технологические баталии.



Евгений Минченко,
Президент коммуникационного холдинга
«Минченко консалтинг»:



Несколько ходов просто напрашивались. Например, КПРФ стоило вести кампанию как «единственной партии реальной оппозиции». Это дало бы ей значительно больше голосов, чем ставка на базовый электорат, которую они сделали. «Яблоко» стоило сделать акцент на новых лицах (на Г. Ширшину в первую очередь), но партия выбрала инерционную ставку на Г. Явлинского. Партии Роста стоило предложить избирателю «базовый либеральный пакет», в том числе антисекуляризм, но она ушла в узкую нишу защиты предпринимателей. Из интересных находок можно отметить кампании в регионах как референдумы недоверия действующим губернаторам (в частности, КПРФ в Омской области и ЛДПР в Амурской области и Югре) и атаку партии «Родина» на «Справедливую Россию».



Евгения Стулова, ответственный
секретарь Комитета по политтехнологиям
РАСО:



Анализ рынка политконсалтинговых услуг показал, что в 2016 году наиболее востребованными и даже дефицитными оказались специалисты по политическому лоббизму, переговорам и разрешению внутриэлитных конфликтов.

В то же время поставщики исследовательских и аналитических услуг, разработчики креатива, линейные менеджеры оказались недозагруженными, особенно если речь идет о кампаниях федерального уровня.



Комитет по политическим
технологиям
РАСО

ФАКТЫ И ЦИФРЫ КОМИТЕТА

хэштег #politteh

Председатель - Евгений Минченко

2 июня 2015 создан Комитет по политтехнологиям
РАСО

Более 90 членов

Чтобы участвовать в работе Комитета, в РАСО
вступили **более 30 человек**

145 участника в закрытой группе Комитета в
Facebook

Более 470 заявок - на рассмотрении



В состав Комитета вошли признанные профессионалы, практики и теоретики

В том числе:

- **Александр Юрьев**, основоположник политической психологии в СССР и РФ;
- **Евгений Сучков**, автор классической монографии «Политические технологии»;
- **Игорь Бунин**, Центр Политических Технологий;
- **Екатерина Егорова**, автор книг «В тумане войны. Наступательные военные коммуникативные технологии», «Игры в солдатики. Политическая психология президентов», «Политическая реклама» и пр.;



В состав Комитета вошли признанные профессионалы, практики и теоретики

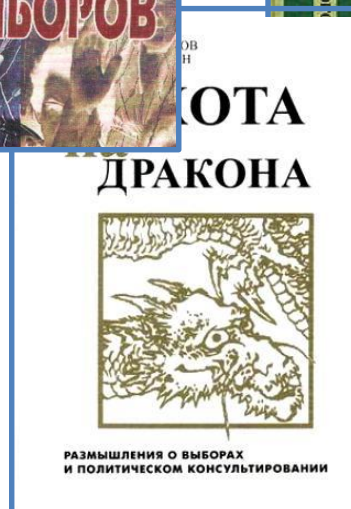
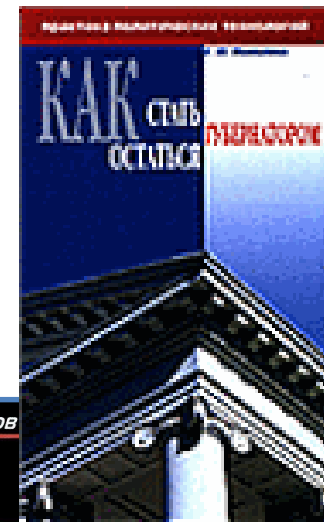
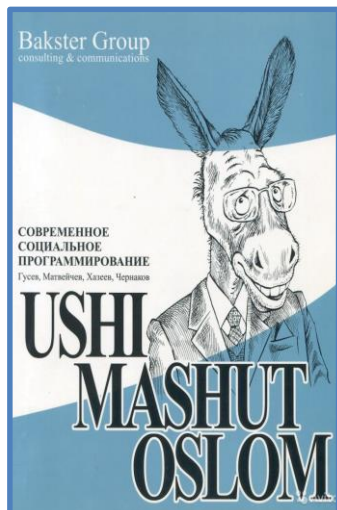
В том числе:

- **Андрей Максимов**, автор книги «Чистые и грязные технологии выборов»;
- **Алексей Куртов**, соавтор книги «Охота на дракона»;
- **Сергей Толмачев**, соавтор книги «Десять шагов по вертикали»;
- **Дмитрий Гусев**, соавтор книги «Уши машут ослом».



Комитет по политическим
технологиям
РАСО

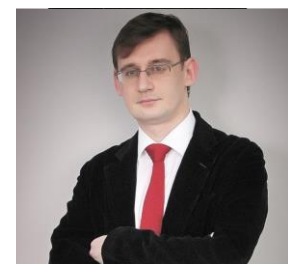
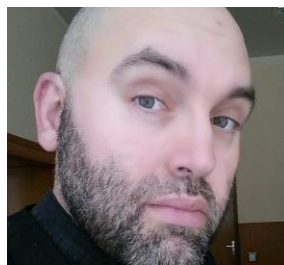
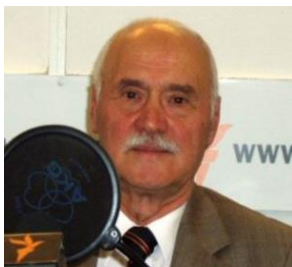
ФАКТЫ И ЦИФРЫ КОМИТЕТА





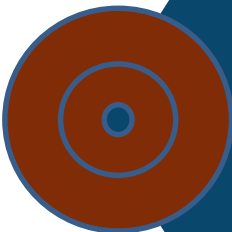
Комитет по политическим
технологиям
РАСО

ФАКТЫ И ЦИФРЫ КОМИТЕТА

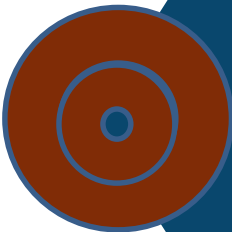




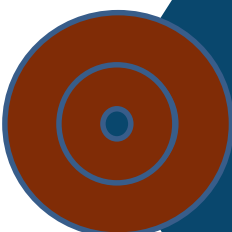
Цели и задачи



Обмен опытом



Популяризация отрасли и позитивная
коррекция ее имиджа



Продвижение корпоративных интересов в
органах государственной власти



Отношения с другими профессиональными объединениями



- отказ от конкуренции;
- взаимное уважение;
- кооперация, участие в совместных мероприятиях.



Более 340 человек приняли участие в мероприятиях Комитета.

США, Бразилия, Мексика, Казахстан, Узбекистан, Украина, Польша, российские регионы – география гостей мероприятий Комитета.

Мероприятия проводились в партнерстве с:

- Фондом ИСЭПИ,
- Евразийской комиссией,
- отделением общественных наук РАН,
- факультетом мировой политики МГУ,
- факультетом коммуникаций, медиа и дизайна Высшей школы экономики,
- Общественной палатой РФ.



Каналы коммуникации



КОМИТЕТ РАСО
ПО ПОЛИТТЕХНОЛОГИЯМ

О КОМИТЕТЕ О ЖУРНАЛЕ КОНТАКТЫ НОВОСТИ СТАТЬИ МЕРОПРИЯТИЯ ДОКУМЕНТЫ СМИ О НАС АРХИВ



ДНИ PR-2015: ЭКСПЕРТЫ ОБСУДИЛИ ОСНОВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ИЗБИРАТЕЛЬНЫХ ...

Вчера в Москве прошло мероприятие «Дни PR-2015»

ПОДРОБНЕЕ



ПОСЛЕДНИЕ НОВОСТИ



**ЗАПУЩЕНА ОБНОВЛЕННАЯ ВЕРСИЯ
САЙТА WWW.POLITTEH.RU**

Портал работает в тестовом режиме.

МЕРОПРИЯТИЯ

02
ДЕКАБРЯ

**КОМИТЕТ РАСО ПО
ПОЛИТТЕХНОЛОГИЯМ
ПРОВЕЛ РЯД МЕРОПРИЯТИЙ С У...**

В начале декабря Комитет по политическим технологиям РАСО (Российской Ассоциации по связям с общественностью) провел серию мероприятий с участием ведущих американских политтехнологов.

Сайт Комитета <http://politteh.ru>



Комитет по политическим
технологиям
РАСО

ФАКТЫ И ЦИФРЫ КОМИТЕТА

Июль 2016

Политические
технологии



Комитет по политическим
технологиям
РАСО

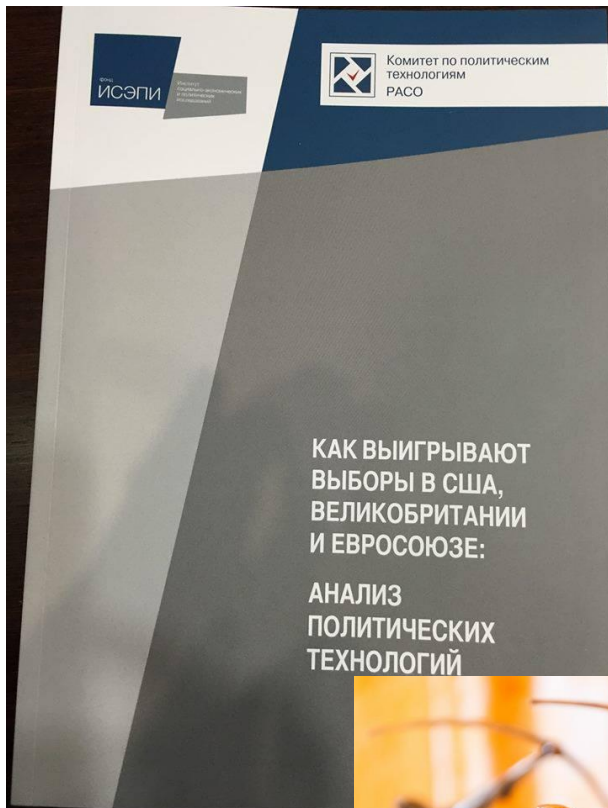
Каналы коммуникации

- Журнал «Политические технологии»;
- Первый номер обновленного журнала выйдет в 2016 г.



Комитет по политическим
технологиям
РАСО

ФАКТЫ И ЦИФРЫ КОМИТЕТА



Победа на конкурсе
«Серебряный лучник»
(лучшая работа по теории
PR 2015 г.)

выпущенной под эгидой
Комитета монографии
«Как выигрывают выборы
в США, Великобритании и
Евросоюзе»



Мероприятия в 2016 году

9.03 - книга «Как выигрывают выборы в США, Евросоюзе и Великобритании», изданная Комитетом совместно с Фондом ИСЭПИ, получила премию «Серебряный Лучник» как лучшая работа по PR 2015 г.;

30.05 - закрытое заседание комитета - обсуждение итогов праймериз Единой России;

11.07 - закрытое заседание комитета "Сценарий предстоящей думской кампании и выборов в ЗС».



17 мероприятий с июня по декабрь 2015:

16.06 - круглый стол совместно с ИСЭПИ. Доклады о выборах в Великобритании, США, Франции, Турции, Польше;

30.06 - организационное заседание Комитета, обсуждение предвыборных технологий в США, ЕС и Великобритании;

28.07 - презентация Комитета в рамках празднования Дня PR-специалиста;



август – подготовка доклада о предвыборном софте;

17.08 – обсуждение образовательных стандартов, программ обучения, программ повышения квалификации узких специалистов;

14.09 – публикация Меморандума по итогам региональных выборов;

15.09 - выступление Е. Минченко на пленарном заседании Общественной палаты с презентацией Меморандума Комитета по итогам выборов;

1.10 – закрытое заседание, посвященное анализу итогов единого дня голосования в России;



- 26.11** закрытое заседание, посвященное выборам в Португалии и Польше;
- 01.12** закрытое заседание «Выборы в США по гамбургскому счету: стратегии, деньги, технологии»;
- 02.12** круглый стол (совместно с фондом ИСЭПИ) на тему «Год до выборов президента США: анализ и прогнозы»;
- 16.12** подведение итогов работы Комитета на полях Дней PR.



Серия мероприятий с ведущими политконсультантами из Латинской Америки

- **Июль.** Серия мероприятий с участием ведущих политконсультантов Бразилии и Мексики - круглый стол, публичная лекция в Российской Академии Наук, дискуссия с членами Комитета, встреча с сотрудниками Евразийской комиссии;
- **Публичная лекция** в Российской Академии Наук;
- **Дискуссия** с членами Комитета;
- **Встреча** с сотрудниками Евразийской комиссии.

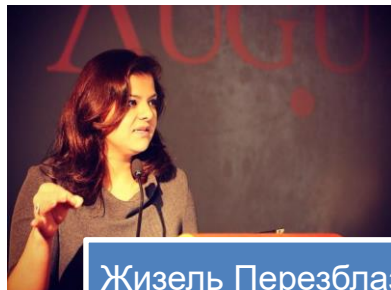




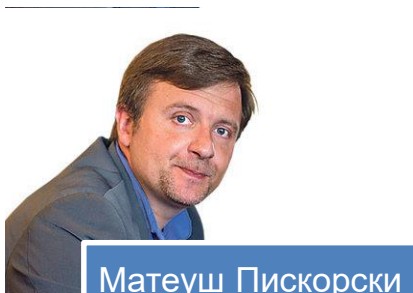
Гости Комитета



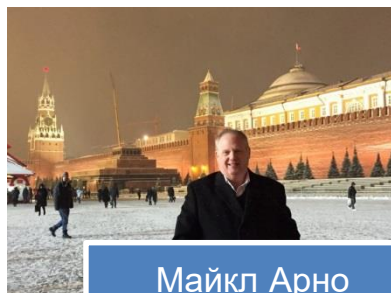
Пауло Маура



Жизель Перезблаз



Матеуш Пискорски



Майкл Арно



Бернард Витман



Тони Сайе

- Пауло Маура (Бразилия);
- Жизель Перезблаз (Мексика);
- Матеуш Пискорски (Польша);
- Майкл Арно (США);
- Бернард Витман (США);
- Тони Сайе (США).



Зарубежные мероприятия

10.11.2015

Лекция Е.Минченко в Калифорнийском университете (UCLA, Лос-Анжелес);

11-14.11.2015 участие в конференции Международной Ассоциации политконсультантов (IAPC) в Мехико.
Доклад Е. Минченко о региональных выборах в России;

20-21.05.2016 участие в конференции Европейской Ассоциации политконсультантов (ЕАРС), выступление Е.Минченко в панельной дискуссии, посвященной теме борьбы за Арктику.



Комитет по политическим
технологиям
РАСО

Комитет по политтехнологиям РАСО

www.politteh.ru

politconsultant_raso@gmail.com