

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «ЛГПУ»)

Структурное подразделение Институт истории, международных отношений  
и социально-политических наук

Кафедра политических наук и регионалистики



Директор ИИМОСПН  
Дитковская С.А.  
«15» января 2025 г.

Приложение к рабочей программе учебной дисциплины

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации  
обучающихся по дисциплине  
Политический консалтинг

По направлению подготовки – 41.03.04 Политология

Профиль подготовки – Политическое управление и государственная  
политика

Квалификация выпускника – бакалавр

Форма обучения – очная

Курс – 4 курс (7 семестр)

Разработчик:

канд. ист. наук, доц.

Ладыга Л.И.

Заведующий кафедрой политических  
наук и регионалистики

Михайловская О.Г.  
Протокол от «14» января 2025 г., №6

Луганск, 2025

# 1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

## 1.1. Область применения

Фонд оценочных средств (ФОС) – неотъемлемая часть рабочей программы дисциплины части, формируемая участниками образовательных отношений блока Б 1 «Дисциплины» «Политический консалтинг» и предназначен для контроля и оценки образовательных достижений студентов, освоивших программу дисциплины блока Б 1.

## 1.2. Цели и задачи фонда оценочных средств

Цель ФОС – установить соответствие уровня подготовки обучающегося требованиям ФГОС ВО бакалавриат по направлению подготовки 41.03.04 Политология (с изменениями и дополнениями), утвержденного Приказом Министерства образования и науки РФ от 23 августа 2017 г. N814. Редакция с изменениями и дополнениями 26.11.2020 г., N 83 от 08.02.2021 г.

## 1.3. Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения основной образовательной программы

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

Код по ФГОС ВО	Индикатор достижения
Профессиональные	
ПК-2. Способен к участию в проведении политических и избирательных кампаний, к использованию знаний о других видах политической мобилизации	<b>ИДК ПК-2.1.</b> Разрабатывать стратегического плана избирательной кампании и определять тактики избирательной кампании. <b>ИДК ПК-2.2.</b> Анализирует и конкретизирует политическую ситуацию при проведении избирательной кампании <b>ИДК ПК-2.3.</b> Организует работу сотрудников штаба избирательной кампании, распределяет обязанности между сотрудниками избирательного штаба ставит задачи.
ПК-4. Способен обеспечивать информационную поддержку принятия политических решений, организовывать деятельность, связанную с политической аналитикой и консалтингом	<b>ИДК ПК-4.1.</b> Выявляет проблемы, требующие управленческого решения, и организует экспертную диагностику ситуаций. <b>ИДК ПК-4.2.</b> Участвует в реализации программы оказания консультационных услуг. <b>ИДК ПК-4.3.</b> Применяет стандартные инструменты и техники консультационной деятельности.

#### 1.4. Этапы формирования компетенций и средства оценивания уровня их сформированности

Этапы формирования компетенций	Компетенции	Контрольно-оценочные средства / способ оценивания
Тема 1. Теоретические и концептуальные основы консультирования: сущность, цель, задачи, области применения и возможности	ПК-2, ПК-4	Устный опрос, защита реферата
Тема 2. Модели политического консалтинга	ПК-2, ПК-4	Устный опрос, защита реферата
Тема 3. Диагностика политической ситуации	ПК-2, ПК-4	Устный опрос, защита реферата
Тема 4. Политический консалтинг и политические технологии	ПК-2, ПК-4	Устный опрос, защита реферата
Тема 5. Имиджевые стратегии. Формирование политических имиджей	ПК-2, ПК-4	Устный опрос, защита реферата
Тема 6. Планирование и проведение целевых политических PR-акций	ПК-2, ПК-4	Устный опрос, защита реферата
Тема 7. Политический консалтинг в общей системе общественных связей	ПК-2, ПК-4	Устный опрос, защита реферата
Тема 8. Особенности деятельности консультанта при проведении избирательной кампании.	ПК-2, ПК-4	Устный опрос, защита реферата
Промежуточная аттестация	ПК-2, ПК-4	Зачет

#### 1.5. Описание показателей формирования компетенций

Код компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели)
ПК-2	<b>Знает:</b> предмет и структуру политических и избирательных кампаний; основы составления технических заданий, графиков и иной документации политических и избирательных кампаний; <b>Умеет:</b> применять на практике основные техники и приемы в процессе проведения избирательных кампаний; четко определять функциональные обязанности штаба политической кампании; <b>Владеет:</b> знаниями и методами политической инженерии для рационализации достижения политических целей.
ПК-4	<b>Знает:</b> принципы и методы организации информационных кампаний; <b>Умеет:</b> анализировать и оценивать информацию, создавать коммуникативные материалы; <b>Владеет:</b> навыками деловых и публичных коммуникаций

#### 1.6. Критерии оценивания компетенций на разных этапах их формирования

Вид учебной работы	Количество баллов	
7 семестр	ОФО	ОЗФО
Работа на практических занятиях	40	-
Написание и защита рефератов	10	-
Самостоятельная работа	20	-
Зачет	30	-
<b>Всего за семестр</b>	<b>100</b>	<b>-</b>

### Накопительная система оценивания по 100-балльной шкале

Четырехбалльная система оценивания экзамена	100-балльная шкала	Буквенная шкала, соответствующая 100-балльной шкале	Система оценивания зачета
Отлично	90–100	<b>А</b> – отлично – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному	Зачтено
Хорошо	83–89	<b>В</b> – очень хорошо – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения большинства из них оценено числом баллов, близким к максимальному	
Хорошо	75–82	<b>С</b> – хорошо – теоретическое содержание курса освоено полностью; некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками	
Удовлетворительно	63–74	<b>Д</b> – удовлетворительно – теоретическое содержание дисциплины освоено частично, но пробелы не носят существенного характера; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, содержат ошибки	

Удовлетворительно	<b>50–62</b>	<b>Е</b> – посредственно – теоретическое содержание курса освоено частично; некоторые практические навыки работы не сформированы, многие предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены либо качество выполнения некоторых из них оценено числом баллов, близким к минимальному	
Неудовлетворительно	<b>21–49</b>	<b>FX</b> – неудовлетворительно – теоретическое содержание курса освоено частично; необходимые практические навыки работы не сформированы; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено либо качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному; при дополнительной самостоятельной работе над материалом курса возможно повышение качества выполнения учебных заданий	Не зачтено
Неудовлетворительно	<b>0–20</b>	<b>F</b> – неудовлетворительно – теоретическое содержание курса не освоено; необходимые практические навыки работы не сформированы; все выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий	

## 2. КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

### 2.1.Оценочные средства текущего контроля (типовые)

#### Вопросы для устного опроса:

1. Функции политического консультирования.
2. Субъекты и типология политического консалтинга.
3. Типы и методы политического консалтинга.
4. Формирование целей в политическом консалтинге.
5. Контекстуальный анализ области интересов клиента.
6. Анализ клиента.
7. Коммуникационный цикл.
8. Стратегия и тактика в сфере политического консалтинга.
9. Технологии усиления.
10. Технологии поддержки.
11. Политическая реклама в средствах массовой информации и коммуникации.
12. Политические кампании и Интернет.

13. Формирование спроса на услуги политических консультантов.
14. Формирование предложения.
15. Контрактинг в политическом консультировании.
16. Назовите ресурсы избирательных технологий.
17. Этапы планирования избирательной кампании.
18. Сформулируйте принципы разработки стратегии в избирательной кампании.
19. Охарактеризуйте основные виды избирательных стратегий.
20. Определите цели избирательной кампании и уровни постановки этих целей.
21. Сформулируйте предназначение, структуру и направление работы штаба избирательной кампании
22. Каково значение митингов и встреч с избирателями в избирательной кампании?
23. Какова структура построения политической речи?
24. Роль телевидения в избирательной кампании.
25. Назовите основные параметры политического выступления кандидата на телевидении.
26. Назовите основные жанры телевизионной политической рекламы.
27. Разновидности прессы, используемые в избирательной кампании.
28. Перечислите основные типы листовок.
29. Раскройте содержание терминов «имиджмейкинг» и «имиджмейкер»?
30. Охарактеризуйте структура политического имиджа.
31. Назовите основные этапы конструирования политического имиджа
32. Что такое политический рынок?
33. Дайте определение политического маркетинга.
34. Каковы функции политической рекламы?
35. Что включает в себя структура политической рекламы?
36. Назовите основные виды политической рекламы

### **Темы докладов:**

1. Становление и развитие политического консалтинга.
2. Политический консалтинг в общей системе консультационных услуг.
3. Социология политики как методологическая основа формирования концепции политического консалтинга.
4. Изучение политической системы общества и исследование политических ресурсов партийных блоков и лидеров.
5. Методы сбора данных в изучении политических структур, процессов и отношений.
6. Модели политического консалтинга.
7. Политический консалтинг в системе анализа политической системы и изучения политических отношений в обществе.

8. Политический консалтинг как система социального прогнозирования и управления политическими процессами.

9. Диагностика политической ситуации и состояния политической напряженности.

10. Консультационные услуги как инструмент устранения и смягчения политических конфликтов.

11. Политический аудит как инструмент диагностики.

12. Социология политического конфликта.

13. Использование современных информационных технологий в качестве механизма регулирования политических конфликтов.

14. Организационное поведение в кризисных политических ситуациях.

15. Методика и техника проведения мониторинга социально-политических процессов.

16. Политический консалтинг в системе прогнозирования политических процессов и принятия политических решений.

17. Управленческие решения в политической сфере.

18. Планирование политической деятельности.

19. Организационное развитие как политическая деятельность и его место в политическом консалтинге.

20. Принятие управленческих решений с помощью политических консультантов, консалтинговых служб и фирм.

21. Консалтинговые услуги по выявлению соответствующих сегментов политического рынка и категорий клиентов.

22. Технология социально-политического моделирования.

23. Имидж политического лидера и политической структуры.

24. Методика оказания консультационных услуг по формированию и поддержанию имиджа политической структуры и лидера.

25. Планирование политических кампаний и PR-акций в России.

26. Исследование приемов политической борьбы. Учет в политических кампаниях и акциях ценностей массового политического сознания.

27. Программы участников политических акций. Борьба с политическими инсинуациями и фальсификациями.

28. Приемы и методы убеждающего психологического воздействия на людей в процессе политического общения.

29. Политический консалтинг в общей системе общественных связей и информационно-коммуникационных процессов.

30. Медиапланирование. Структура и показатели медиаплана.

31. Медиапланирование политической рекламы: распределение рекламных бюджетов в различных средствах массовой информации и рекламы.

32. Политический менеджер: планирование переговорного процесса и различных акций.

33. Политическая реклама и ее воздействие на политическое сознание и электоральные предпочтения аудитории.

34. Этапы избирательной кампании и формирования электорального мнения и поведения.

35. Информационное воздействие средств массовой информации на формирование политических предпочтений.

36. Социологическое изучение механизмов формирования общественного мнения в политической сфере.

37. Изучение массовых информационных потоков в политической системе.

38. Исследование массовых политических коммуникаций в рамках политического консалтинга.

### Тестовые задания

1. Что представляет собой политический консалтинг:

- а) вид политической деятельности
- б) проведение политических консультаций
- в) деятельность специализированных организаций и специалистов по оказанию субъектам политики непосредственной помощи в виде советов и рекомендаций**

В какой стране зародился политический консалтинг как специализированный вид деятельности:

- а) Англия
- б) США
- в) Франция

В каком веке сформировался политический консалтинг как вид деятельности:

- а) 21 в.
- б) 20 в.
- в) 19 в

Какое действующее лицо в политическом консультировании считается основным:

- а) консалтинговая фирма**
- б) доверенные лица кандидата
- в) предвыборный штаб кандидата

Что представляет собой фирма по политическому консалтингу:

- а) учреждение по разработке политических технологий в избирательных кампаниях
- б) учреждение по оказанию политического консультирования
- в) профильная компания по консультированию субъектов политики, разработки и применению политических технологий в политических процессах**



Политический консультант – это:

- а) **специалист в области политического консалтинга**
- б) политический советник
- в) советник субъекта политической деятельности

Появление политического консалтинга связывают с:

- а) буржуазной эпохой
- б) эпохой феодализма
- в) возникновением политической сферой общества

Политические технологии – это:

- а) формы осуществления политических процессов
- б) совокупность целенаправленных, последовательных, заведомо эффективных приемов, способов и методов деятельности политических субъектов по достижению политических целей
- в) деятельность субъектов политической сферы

Что не относится к политическим технологиям в области политического консалтинга:

- а) политическая реклама
- б) анализ политического рынка
- в) «черный пиар»

Какого типа политического прогноза не существует:

- а) нормативный
- б) краткосрочный
- в) экспертный

Политический кризис бывает:

- а) партийным
- б) локальным
- в) национальным

### **Перечень примерных тем эссе**

1. Имидж кандидата и его влияние
2. Роль экспертного знания
3. Формы и типы политического консалтинга
4. Основные правила подготовки аналитических записок
5. Прикладные политические исследования: основные методы
6. Прогнозирование и консалтинг: основные принципы
7. Анализ политической ситуации в странах ЕС
8. Формирование имиджа политических партий: основные аспекты
9. Оценка имиджа кандидата
10. Экспертное знание и политические технологии

## **Оценочные средства для промежуточной аттестации (зачет)**

1. Сущность политического консультирования. Функции политического консультирования.
2. Происхождение политического консалтинга.
3. Связь политического консультирования со смежными областями научного знания.
4. Субъекты и типология политического консалтинга.
5. Типы и методы политического консалтинга.
6. Формирование целей в политическом консалтинге.
7. Планирование исследования.
8. Предмет анализа.
9. Методика анализа политической ситуации.
10. Обеспечение валидности и надежности исследования. Ошибки измерения. Технологии построения выводов.
11. Взаимодействие влияющих факторов в политической ситуации.
12. Используемая терминология и алгоритм учета параметров исследования.
13. Контекстуальный анализ области интересов клиента.
14. Анализ конкурентов клиента.
15. Анализ клиента.
16. Метод многомерных семантических пространств и его применение в политическом консалтинге.
17. Коммуникационный цикл.
18. Стратегия и тактика в сфере политического консалтинга.
19. Технологии усиления.
20. Технологии поддержки.
21. Технологии защиты.
22. Технологии нападения.
23. Милтон-моделирование в политическом консалтинге.
24. Защита информации.
25. Политическая реклама в средствах массовой информации и коммуникации.
26. Политические кампании и Интернет.
27. Формирование команды и ее основные функции.
28. Кадровый состав команды.
29. Консультанты кампании.
30. Формирование спроса на услуги политических консультантов.
31. Формирование предложения.
32. Контрактинг в политическом консультировании.
33. Дайте определение политическому циклу, и какие этапы он в себя включает?
34. Укажите как формулируется цель аналитической записки, и происходит выбор ее адресата?
35. Назовите что влияет на выбор объема аналитической записки?

36. Назовите какие основные разделы включает в себя аналитическая записка?
37. Укажите что описывается в введении аналитической записки?
38. Укажите каким образом в аналитической записке должны быть представлены результаты проведенного исследования?
39. Назовите каковы основные правила формулирования практических рекомендаций?
40. Дайте определение SWOT-анализу, и как он используется в прикладной политологии?
41. Дайте определение методу Дельфи, и когда он применяется?
41. Укажите для каких целей проводится анализ нормативных актов?
42. Дайте определение поисковому прогнозу, и для каких целей он делается?
43. Дайте определение нормативному прогнозу, и в чем состоит его специфика?
44. Назовите каким образом применяется сценарнотехника?
45. Укажите каковы основные методы и алгоритмы сценарного прогнозирования?
46. Дайте определение анализу политической ситуации?
47. Дайте определение границам ситуации, и как они определяются?
48. Укажите как определять ключевых акторов, их интересы и долгосрочные цели?
49. Назовите каким образом выявляется структура политической ситуации?
50. Укажите каким образом измеряются электоральные предпочтения?
51. Назовите какую роль в определении электоральных предпочтений играют опросы?
52. Укажите как можно использовать фокус-группы при определении электоральных предпочтений?
53. Укажите какие статистические методы используются при определении электоральных предпочтений?
54. Дайте определение политическому имиджу?
55. Укажите каковы основные характеристики и структура политического имиджа?
56. Дайте определение имиджу политических партий, и какова его структура?
57. Укажите как формируется имидж политической партии?
58. Дайте определение имиджу кандидата?
59. Как формируется имидж кандидата?
60. Назовите какова структура имиджа кандидата?
61. Укажите как можно оценивать имидж кандидата?
62. Назовите в чем заключается этика эксперта?
63. Дайте определение спин-докторингу и когда он применяется?
64. Дайте определение аналитическим документам, и какие формы аналитических документов существуют?
65. Назовите в чем заключаются основные сходства и различия научных и практико ориентированных исследований?

66. Дайте определение экспертному знанию, и в чем состоит его основная роль?
67. Политические кризисы и их типология с коммуникативной точки зрения.
68. Применение PR в условиях кризиса: профилактическая подготовка к кризисным ситуациям или противодействие уже наступившему кризису.
69. Противодействие кризисным ситуациям с помощью технологий public relations в Российской Федерации
70. Медиапланирование политической рекламы: распределение рекламных бюджетов в различных средствах массовой информации и рекламы