

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

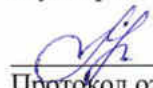

УТВЕРЖДАЮ
Директор ИМОСПН
 Дитковская С.А.
«15» января 2025 г.

Приложение к рабочей программе учебной дисциплины

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации
обучающихся по дисциплине
Избирательные технологии

По направлению подготовки – 41.03.04 Политология
Профиль подготовки – Политическое управление и государственная
политика
Квалификация выпускника – бакалавр
Форма обучения – очная
Курс – 3 курс (5 семестр)

Разработчик:
канд. полит. наук, доц.
Литвин Л.А.
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» «Избирательных технологии» 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. N 814

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	ИДК ПК-2.1. Разрабатывать стратегического плана избирательной кампании и определять тактики избирательной кампании. ИДК ПК-2.2. Анализирует и конкретизирует политическую ситуацию при проведении избирательной кампании ИДК ПК-2.3. 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	ИДК ПК-4.1. Выявляет проблемы, требующие управленческого решения, и организует экспертную диагностику ситуаций. ИДК ПК-4.2. Участвует в реализации программы оказания консультационных услуг. ИДК ПК-4.3. 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
1	Тема 1. Общие вопросы политических технологий	ПК-2, ПК-4	Устный опрос
2	Тема 2. Стратегия избирательных кампаний.	ПК-2, ПК-4	Устный опрос, Выполнение практических заданий
3	Тема 3. Тактика избирательных кампаний	ПК-2, ПК-4	Устный опрос, решение задач
4	Тема 4. Управление избирательными кампаниями	ПК-2, ПК-4	Выполнение практических заданий
5	Тема 5. Партийное строительство	ПК-2, ПК-4	Выполнение практических заданий
6	Тема 6 Политические проекты	ПК-2, ПК-4	Устный опрос, решение задач
7	Тема 7. Параллельные кампании	ПК-2, ПК-4	Выполнение практических заданий
8	Тема 8. Административный ресурс и «грязные» политические технологии	ПК-2, ПК-4	Устный опрос, решение задач
	Промежуточная аттестация	ПК-2, ПК-4	Экзамен (письменный)

1.5. Описание показателей формирования компетенций

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

1.6. Критерии оценивания компетенций на разных этапах их формирования

Вид текущей учебной работы	Количество баллов
5 семестр	

Ответы на семинарских занятиях	35
Выполнение контрольной работы, написание доклада	15
Самостоятельная работа студентов	10
Экзамен	40
Итого за семестр:	100

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	А – 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	В – 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	С – 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	Д – 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	50–62	Е – 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	21–49	FX – 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	0–20	F – 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)

1. Возможно ли измерить эффективность политических технологий?
2. Оптимальный имидж политического лидера.
3. Лидер и его окружение.
4. Есть ли правящая партия в Российской Федерации?
5. Внутрипартийная демократия и/или централизм?
6. Административный ресурс на выборах.
7. Электоральная статистика: формы и методы манипулирования избирателем.
8. Как обеспечить межнациональный мир в многонациональной России?
9. Политические последствия трудовой миграции.
10. Управляем ли политический дискурс?
11. Политический акционизм в современной России.

Вопросы для устного опроса:

1. В чем проявляется специфика применения политических технологий в сфере государственного управления?

2. Какие подходы существуют в определении эффективности применяемых политических технологий?
3. Какие задачи могут быть успешно решены в государственном управлении посредством применения политических технологий?
4. В чем заключаются базовые требования к политическому лидеру-государственному деятелю?
5. Какие технологии рекрутинга политических лидеров-государственных деятелей применяются в современном мире?
6. Назовите основные способы коммуницирования политического лидера-государственного деятеля и общественно-политической аудитории?
7. В чем заключаются главные отличия политических партий и общественно-политических объединений?
8. Чем характеризуется государственная политика в области партийного строительства в 2000-2014 годах?
9. Каким набором политических инструментов, позволяющих влиять на партии и общественные объединения, обладает государство?
10. Какие государственные органы уполномочены организовывать и проводить выборы в Российской Федерации?
11. На каких стадиях избирательного процесса возможно оказать наиболее сильное технологическое воздействие на избирателей и кандидатов?
12. Назовите основные требования к выработке и реализации политтехнологических схем организации и проведения выборов?
13. Как связаны между собой демографические и миграционные процессы?
14. На каком уровне государственного управления наиболее вероятно эффективное применение политических технологий в государственном управлении этноконфессиональными процессами?
15. Чем принципиально отличаются имперская модель и модель национального государства применительно к области их этноконфессионального устройства?
16. Кем и как формируется общественное мнение?
17. Какие факторы влияют на изменение общественного мнения?
18. Назовите основные способы воздействия на общественное мнение?

Темы для подготовки мультимедийных презентаций:

ТЕМА 1. ОБЩИЕ ВОПРОСЫ ПОЛИТИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ.

Предмет и сущность политических технологий. Развитие политических технологий в России и зарубежный опыт. Основные понятия политических технологий и их взаимосвязь. Ресурсы избирательных кампаний

ТЕМА 2. СТРАТЕГИЯ ИЗБИРАТЕЛЬНЫХ КАМПАНИЙ.

Формирование стратегии: постановка задачи. Модели электората и некоторые подходы к формированию стратегии. Модель доминирующего

стереотипа и положительный образ кандидата (партии). Разработка стратегии на основе положительного образа кандидата (партии). Стратегия кампании и активность избирателей. Конфигурация кампании, установка, адресная группа. Активное воздействие на конфигурацию: технология подстав

ТЕМА 3. ТАКТИКА ИЗБИРАТЕЛЬНЫХ КАМПАНИЙ

Тактический рисунок кампании. Агитационно-рекламное направление. Организационно-массовое (полевое) направление. Информационно-аналитическое обеспечение. Связи с внешними организациями. Юридическое обеспечение. Финансовое и техническое обеспечение.

ТЕМА 4. УПРАВЛЕНИЕ ИЗБИРАТЕЛЬНЫМИ КАМПАНИЯМИ

Структура управления кампанией. Проектирование избирательных кампаний. Уточнения и корректировки проекта кампании. Ускоренное проектирование. Проект рекламной кампании.

ТЕМА 5. ПАРТИЙНОЕ СТРОИТЕЛЬСТВО

Партийное строительство в современной России. Постановка задачи. Партийное строительство и выборы. Составляющие партийного строительства. Партийная идеология и ее роль в партстроительстве. Идеологические типы российских партий. Основы работы с партийными функционерами, активистами и сторонниками партии. Партийная структура. Основные направления деятельности партийных организаций. Управление и планирование работы партийной структуры.

ТЕМА 6. ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПРОЕКТЫ

Понятие политического проекта. Пример политического проекта. Политические проекты и выборы. Предвыборные кампании. Политические проекты и партийное строительство. Типовые политические проекты. Политические кампании. Общественные организации как политический проект. «Гуманитарные» проекты. Ресурсы для политических проектов.

ТЕМА 7. ПАРАЛЛЕЛЬНЫЕ КАМПАНИИ

Параллельные кампании: определение и постановка задачи. Сшивка кампаний разного уровня. Стандартизация избирательных кампаний. Подготовка параллельной кампании как предвыборный проект.

ТЕМА 8. АДМИНИСТРАТИВНЫЙ РЕСУРС И «ГРЯЗНЫЕ» ПОЛИТИЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ

Типовые «грязные» технологии. Административный ресурс. Принципы противодействия «грязным» технологиям.

Вопросы для проведения контрольной работы:

1) Возникновение, развитие, сущность избирательных технологий: ретроспективный анализ.

- 2) Место и роль избирательных технологий в избирательном процессе.
- 3) Избирательные технологии в политическом пространстве современной России.
- 4) Современные проблемы типологии избирательных технологий.
- 5) Формирование стратегии избирательной кампании кандидата: проблемы теории и практики.
- 6) Особенности разработки стратегии на основе положительного образа кандидата.
- 7) Формирование тактики избирательной кампании кандидата: проблемы теории и практики.
- 8) Управление избирательными кампаниями: понятие, структура, средства.
- 9) Штаб избирательной кампании: функции и структура.
- 10) Ресурсы избирательной кампании: понятие, виды, содержание.
- 11) Формирование имиджа кандидата как стратегическая основа избирательных технологий.
- 12) Особенности подготовки публичных выступлений кандидата.
- 13) Композиция выступления и особенности ее структурных элементов.
- 14) Публичное выступление кандидата: понятие, структура, особенности.
- 15) Специфика выступления перед негативно настроенной аудиторией.
- 16) Социологическое сопровождение избирательной кампании: понятие, содержание, особенности.
- 17) Социологическое обеспечение на подготовительном этапе избирательной кампании: вопросы теории и практики.
- 18) Социологическое обеспечение на основном этапе избирательной кампании: вопросы теории и практики.
- 19) Социологическое обеспечение на заключительном этапе избирательной кампании: вопросы теории и практики.
- 20) Агитация, пропаганда и реклама как основные избирательные технологии (практический анализ).
- 21) Оперирование цветом в рекламе (на примере агитационных материалов кандидатов).
- 22) Агитационные тексты и предвыборная программа: сравнительный анализ.
- 23) Практика применения избирательных технологий «от человека к человеку» и «от двери к двери».
- 24) Место и роль «PR технологий» в предвыборной кампании кандидата.

25) Психологические уловки и манипуляции во время публичного выступления кандидата.

26) Технология агитации с помощью рейтингов (статистический анализ).

27) Манипуляции процессом освещения предвыборной агитации в средствах массовой информации и способы эффективного контроля.

28) Анализ коммуникационных стратегий избирательных кампаний кандидатов в разных странах (сравнительный анализ).

29) Негативные избирательные технологии: понятие, виды, способы противодействия.

30) Способы противодействия избирательным технологиям.

Практические задания (доклад на тему):

1. Особенности государственного управления в России и за рубежом.
2. Проблемы модернизации государственного управления в России.
3. Этические ограничения в применении политических технологий.
4. Основные функции политического лидерства в государственном управлении.
5. Политический, государственный, национальный лидер: общее и особенное.
6. Этика политического лидера.
7. Основные функции политических партий.
8. Партийные системы.
9. Органы управления политической партией и общественно-политическим объединением.
10. Федеральное законодательство о политических партиях и общественных объединениях.
11. Основные способы воздействия на электорат.
12. Организация взаимодействия штаба кандидата с органами власти и управления в избирательном округе.
13. Политический консалтинг в избирательном процессе.
14. Этика кандидата на выборах.
15. Государственная политика в области демографии.
16. Государственная миграционная политика.
17. Государственная политика в области национальных и религиозных отношений.
18. Политическая «повестка дня» как технология.
19. Особенности современной агитации и пропаганды.
20. Возможности и ограничения политического PR.

Практические задания:

1. Предложите не менее пяти определений понятия «политические технологии», формулируемых в границах различных методологических подходов.
2. Составьте таблицу, характеризующую существующие методологические подходы к государственному управлению.
3. Составьте рейтинговую таблицу десяти современных российских политических лидеров. Зафиксируйте, какие лидерские качества сильнее всего проявляются в каждом из них.
4. Сравните характеристики не менее пяти современных российских и зарубежных политических лидеров. Определите, какие технологические приемы они используют для обеспечения себе лидерских позиций.
5. Сравните политический потенциал российских парламентских партий по параметрам количества членов/сторонников, контролируемых депутатских мандатов в ГД, финансовым возможностям, организационным возможностям. Составьте диаграмму.
6. Определите целевые аудитории современных российских политических партий. Сопоставьте программные идеологические установки партий и их тактические лозунги/действия за последние 2-3 года.
7. Составьте таблицу политической активности общественных объединений на общероссийском уровне.
8. Составьте календарный план-график проведения агитационных мероприятий на выборах депутата регионального законодательного собрания.
9. Сравните результаты выборов по партийным спискам в ГД 2007 и 2011 годов. Объясните их, учитывая электоральные технологии, использованные партиями в ходе избирательных кампаний.
10. Оцените результаты реализации национального проекта, снижение остроты демографической проблемы в Российской Федерации. Используйте статистические сборники 2008-2014 годов.
11. Составьте таблицу проявлений межэтнической напряженности в регионах России в 2010-2014 годах. Укажите способы снижения межэтнической напряженности.
12. Определите основные потоки внешней миграции в Российскую Федерацию. Установите причины, характер и последствия миграции.
13. Составьте опросный лист, позволяющий установить степень доверия граждан ведущим российским телеканалам.
14. Сравните качество политической аналитики, представленной на ведущих российских телеканалах. Составьте таблицу общего и особенного в озвученных оценочных позициях и прогнозах.
15. Выявите в сети Интернет группы, размещающие контент политического содержания. Определите их позиции по шкале «объективность – ангажированность».

Оценочные средства для промежуточной аттестации (экзамен):

1. История выборов.
2. Место и роль выборов в условиях различных политических режимов.
3. Основные понятия и категории избирательных технологий.
4. Основные способы привлечения ресурсов в политической коммуникации? агитация, пропаганда, реклама и связи с общественностью.
5. Понятие избирательной кампании, ее характеристики и значение.
6. Виды избирательных кампаний: достоинства и недостатки.
7. Факторы, влияющие на выбор вида избирательной кампании.
8. Особенности избирательной кампании в российских условиях (региональный аспект).
9. Избирательные технологии как воплощение информационного воздействия.
10. Маркетинговые и немаркетинговые технологии в избирательных кампаниях.
11. Решение электоральных задач при использовании наработанных приемов организации и проведения избирательных кампаний.
12. Теоретическая и практическая роль серых кардиналов и лидеров мнений в ходе реализации избирательных технологий в рамках выборной кампании. 1
13. История создания профессионального рынка деятельности по организации и проведению избирательных кампаний.
14. Виды ресурсов избирательной кампании: финансовые, временные, интеллектуальные, организационные, информационные ресурсы.
15. Методы формирования ресурсов избирательной кампании.
16. Стратегия и тактика избирательной кампании.
17. Легенда кандидата.
18. Определение целей избирательной кампании.
19. Выделение целевых групп избирателей.
20. Гендерные и возрастные особенности голосования. Влияние социального окружения. Воздействие политических изменений на поведение избирателей.
21. Электоральное поведение в РФ, региональные особенности.
22. Определение темы избирательной кампании.
23. Разработка комплекса коммуникативных мероприятий.
24. Классические модели планирования и проведения избирательных кампаний: шестиступенчатая модель планирования и проведения кампании по RACE-формуле.
25. SWOT анализ при выборе стратегии.
26. Предвыборная работа с элитами.
27. Разработка лозунга кампании: главная идея, воплощенная в лозунге, идеологемы для конструирования лозунга.
28. Общие правила и особенности составления биографии кандидата.
29. Предвыборные структуры, организация выборного штаба кандидата, типы и функции сотрудников штаба.

30. Составление паспорта округа. Методы выявления острых проблем электората.

31. Составление раздаточного материала, листовочная война: виды и содержание печатной продукции.

32. Предвыборная реклама в СМИ: типы СМИ и их влияние на общественность. Основы анализа при медиапланировании.

33. Новостной менеджмент. Новость и акция средства создания известности.

34. Взаимодействие с журналистами, методы работы.

35. Личные встречи кандидата с избирателями: формирования команды.

36. Агитационная работа в штабе: прием избирателей в общественной приемной, правила и особенности агитационных мероприятий по телефону.

37. Специфика, виды и примеры грязных избирательных технологий. Противодействие грязным избирательным технологиям.

38. Манипуляция и фальсификация в избирательной кампании: способы и приемы. Характерные признаки манипуляции.

39. Влияние некорректных избирательных технологий на становление института выборов.

40. Подготовка ко дню голосования, правила проведения инструктажа и учебы наблюдателей. Подготовка мер быстрого реагирования.

41. Работа на избирательном участке наблюдателей и членов избирательных комиссий, обязанности наблюдателя на избирательном участке и его реакция на нарушения.

42. Документы для наблюдателя: памятка наблюдателя, рабочий блокнот наблюдателя

43. Становление и тенденции современного развития политической рекламы

44. Современные рекламные технологии, их влияние на политический процесс

45. Политическая реклама на выборах в современной России

46. Избирательные системы современности, сравнительный анализ

47. Особенности участия партий в избирательном процессе.

48. Сущность, цели и основные этапы избирательной кампании

49. Технологии избирательной кампании в современной России.

50. Особенности избирательных кампаний различного уровня и масштаба.

51. Влияние менталитета граждан на реализацию избирательных кампаний.

52. Ресурсы избирательной кампании

53. Имидж кандидата в избирательной кампании и особенности его формирования.

54. Стратегия избирательной кампании и ее основные составляющие.

55. Основные задачи финансового обеспечения избирательной кампании.

56. Административный ресурс и его роль в российских избирательных кампаниях.
57. Особенности избирательных технологий в Интернете.
58. Роль СМИ в результатах голосования.
59. Особенности российской демократии в избирательных процессах.
60. Личностные и профессиональные ресурсы консультанта.
61. Взаимодействие в команде консультантов. Основы тренинговой подготовки консультанта.
62. Способы и модели описания избирательных процессов.
63. Основы и принципы системного моделирования.
64. Навыки моделирования стратегий политических лидеров.
65. Политическая пропаганда в современной российской практике.
66. Основные модели интервью.
67. Информационные войны в деятельности специалиста по связям с общественностью.
68. Индивидуальная работа с кандидатом.
69. Организация эффективного взаимодействия со СМИ.
70. Работа с агитаторами и добровольцами. Работа с доверенными лицами.