

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Цыбикова Балжигт Батсэвжиг  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 10.09.2024 15:21:44  
Уникальный программный ключ:  
056af948c3e48c6f3c571e429957a8ae7b757ae8

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Бурятская государственная сельскохозяйственная академия имени В.Р.  
Филиппова»**

**Экономический факультет**

**СОГЛАСОВАНО**

Заведующий выпускающей  
кафедрой  
Социально-гуманитарные  
науки, реклама и туризм

\_\_\_\_\_  
уч. ст., уч. зв.

\_\_\_\_\_  
ФИО

\_\_\_\_\_  
подпись

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**УТВЕРЖДАЮ**

Декан экономического  
факультета

\_\_\_\_\_  
уч. ст., уч. зв.

\_\_\_\_\_  
ФИО

\_\_\_\_\_  
подпись

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ  
дисциплины (модуля)**

**Б1.В.01.09 Избирательные технологии  
Направление подготовки**

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

**Направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в АПК**

бакалавр

Обеспечивающая преподавание дисциплины кафедра Социально-гуманитарные науки, реклама и туризм

Разработчик

\_\_\_\_\_  
подпись

\_\_\_\_\_  
уч.ст., уч. зв.

\_\_\_\_\_  
И.О.Фамилия

Внутренние эксперты:

Председатель методической  
комиссии экономического  
факультета

\_\_\_\_\_  
подпись

\_\_\_\_\_  
уч.ст., уч. зв.

\_\_\_\_\_  
И.О.Фамилия

Заведующий методическим  
кабинетом УМУ

\_\_\_\_\_  
подпись

\_\_\_\_\_  
уч.ст., уч. зв.

\_\_\_\_\_  
И.О.Фамилия

**Улан – Удэ, 2022**

## ВВЕДЕНИЕ

1. Оценочные материалы по дисциплине (модулю) является обязательным обособленным приложением к Рабочей программе дисциплины (модуля) и представлены в виде оценочных средств.
2. Оценочные материалы является составной частью нормативно-методического обеспечения системы оценки качества освоения обучающимися указанной дисциплины (модуля).
3. При помощи оценочных материалов осуществляется контроль и управление процессом формирования обучающимися компетенций, из числа предусмотренных ФГОС ВО в качестве результатов освоения дисциплины (модуля).
4. Оценочные материалы по дисциплине (модулю) включает в себя:
  - оценочные средства, применяемые при промежуточной аттестации по итогам изучения дисциплины (модуля).
  - оценочные средства, применяемые в рамках индивидуализации выполнения, контроля фиксированных видов ВАРО;
  - оценочные средства, применяемые для текущего контроля;
5. Разработчиками оценочных материалов по дисциплине (модулю) являются преподаватели кафедры, обеспечивающей изучение обучающимися дисциплины (модуля) в Академии. Содержательной основой для разработки оценочных материалов является Рабочая программа дисциплины (модуля).

**1. ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИЗУЧЕНИЯ**  
**учебной дисциплины (модуля), персональный уровень достижения которых проверяется**  
**с использованием представленных в п. 3 оценочных материалов**

Компетенции, в формировании которых задействована дисциплина		Код и наименование индикатора достижений компетенции	Компоненты компетенций, формируемые в рамках данной дисциплины (как ожидаемый результат ее освоения)		
код	наименование		знать и понимать	уметь делать (действовать)	владеть навыками (иметь навыки)
1		2	3	4	5
Профессиональные компетенции					
ПКС-4	способен разрабатывать и реализовывать индивидуальные и/или коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью	ПКС-4.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.	реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.	навыками реализации типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
		ПКС-4.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью.	готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью.	навыками подготовки основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
		ПКС-4.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR кампании при создании коммуникационного продукта	особенности планирования рекламной или PR кампании, этапы создания коммуникационного продукта, виды исследований.	использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR кампании при создании коммуникационного продукта.	навыками применения результатов исследований для планирования рекламной или PR кампании при создании коммуникационного продукта.

**2.3 РЕЕСТР**  
**элементов оценочных материалов по дисциплине (модулю) Б1.В.01.09 Избирательные технологии**

Группа оценочных средств	Оценочное средство или его элемент
1	Наименование 2
<b>1. Средства для промежуточной аттестации по итогам изучения дисциплины</b>	Перечень вопросов к зачету
	Критерии оценивания
<b>2. Средства для индивидуализации выполнения, контроля фиксированных видов (ВАРО)</b>	Не предусмотрены
<b>3. Средства для текущего контроля</b>	Комплект контрольных вопросов для проведения устных опросов
	Критерии оценки
	Шкала оценивания
	Перечень дискуссионных тем
	Критерии оценки
	Шкала оценивания
	Перечень заданий для выполнения практических работ
	Критерии оценки выполнения заданий
	Шкала оценивания выполнения заданий
	Перечень тем для подготовки докладов, рефератов, эссе
	Критерии и шкала оценивания
	Перечень тем для выполнения индивидуального творческого задания
	Критерии и шкала оценивания
	Комплект тестовых заданий
Критерии оценки	
Шкала оценивания	

### 3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код и название компетенции	Код индикатора достижений компетенции	Индикаторы компетенции	Показатель оценивания – знания, умения, навыки (владения)	Уровни сформированности компетенций				Формы и средства контроля формирования компетенций
				компетенция не сформирована	минимальный	средний	высокий	
				Оценки сформированности компетенций				
				2	3	4	5	
				Оценка «неудовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно»	Оценка «хорошо»	Оценка «отлично»	
				Характеристика сформированности компетенции				
			Компетенция в полной мере не сформирована. Имеющихся знаний, умений и навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач	Сформированность компетенции соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач	Сформированность компетенции в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в целом достаточно для решения стандартных (профессиональных) задач	Сформированность компетенции полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в полной мере достаточно для решения сложных практических (профессиональных) задач		
Критерии оценивания								
ПКС-4 способен разрабатывать и реализовывать индивидуальные и/или коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью	ПКС-4.1.	Полнота <b>знаний</b>	Знает алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Не знает алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Плохо знает алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Знает алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	В полной мере знает алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Перечень вопросов к зачету, перечень тем эссе, докладов, рефератов, сообщений, перечень дискуссионных тем, комплект заданий для практических работ, темы индивидуальных творческих заданий, комплект контрольных вопросов для проведения устных опросов, комплект тестовых заданий
		Наличие <b>умений</b>	Умеет реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Не умеет реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Плохо умеет реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Умеет реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	В полной мере умеет реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	
		Наличие <b>навыков</b> (владение опытом)	Владеет навыками реализации типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Не владеет навыками реализации типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Плохо владеет навыками реализации типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Владеет навыками реализации типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	В полной мере владеет навыками реализации типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	



			продукта					
		Наличие <b>навыков</b> (владение опытом)	Владеет навыками применения результатов исследований для планирования рекламной или PR кампании при создании коммуникационного продукта	Не владеет навыками применения результатов исследований для планирования рекламной или PR кампании при создании коммуникационного продукта	Плохо владеет навыками применения результатов исследований для планирования рекламной или PR кампании при создании коммуникационного продукта	Владеет навыками применения результатов исследований для планирования рекламной или PR кампании при создании коммуникационного продукта	В полной мере владеет навыками применения результатов исследований для планирования рекламной или PR кампании при создании коммуникационного продукта	

**4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы**

**4.1. Типовые контрольные задания, необходимые для оценки знаний, умений, навыков**

**4.1.1. Средства для промежуточной аттестации по итогам изучения дисциплины**

6.1. Нормативная база проведения промежуточной аттестации обучающихся по результатам изучения дисциплины: Б1.В.01.09 Избирательные технологии	
1) действующее «Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГБОУ ВО Бурятская ГСХА»	
1	2
6.2. Основные характеристики промежуточной аттестации обучающихся по итогам изучения дисциплины	
1	2
Цель промежуточной аттестации -	установление уровня достижения каждым обучающимся целей обучения по данной дисциплине, изложенных в п.2.2 настоящей программы
Форма промежуточной аттестации -	зачет
Место процедуры получения зачета в графике учебного процесса	1) участие обучающегося в процедуре получения зачета осуществляется за счет учебного времени (трудоемкости), отведенного на изучение дисциплины 2) процедура проводится в рамках ВАРО, на последней неделе семестра
Основные условия получения обучающимся зачета:	1) обучающийся выполнил все виды учебной работы (включая самостоятельную) и отчитался об их выполнении в сроки, установленные графиком учебного процесса по дисциплине
Процедура получения зачета -	представлены в оценочных материалах по дисциплине
Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков:	

**Перечень вопросов к зачету по дисциплине (модулю) Б1.В.01.09 Избирательные технологии**

1. Понятие «политические технологии». Политическая наука, прикладная политология и политические технологии (ПКС-4).
2. Особенности «политических технологий» на различных этапах политического развития современной России (ПКС-4).
3. Этические основы и принципы политического консультирования и политических технологий (ПКС-4).
4. Принцип «лояльности клиенту»: содержание, особенности в различных видах политического консультирования (ПКС-4).
5. Понятие «чистых» и «грязных» политических технологий (ПКС-4).
6. Особенности избирательного законодательства в России: практические следствия для политических технологов (ПКС-4).
7. Понятие «стратегии» применительно к избирательной кампании. Основные принципы стратегического планирования кампании (ПКС-4).
8. Агитационно-пропагандистские материалы в избирательной кампании: виды, основные принципы составления (ПКС-4).
9. Механизмы коммуникации избирательной кампании с избирателем (ПКС-4).
10. Основные принципы использования сети Интернет в избирательной кампании (ПКС-4).
11. Методы сбора и обработки информационных потоков для составления мониторингов и дайджестов информации (ПКС-4).
12. Виды информационных и аналитических материалов. Особенности составления и подачи (ПКС-4).
13. Основные принципы учета интересов клиента при подготовке информационных и аналитических материалов (ПКС-4).
14. Основные виды прикладных социологических исследований. Качественные и количественные исследования (ПКС-4).
15. Применение качественных социологических исследований в избирательных кампаниях и других консалтинговых проектах по социально-политической тематике (ПКС-4).
16. Применение качественных социологических исследований в корпоративных исследованиях (ПКС-4).
17. Применение количественных социологических исследований в избирательных кампаниях и других консалтинговых проектах по социально-политической тематике (ПКС-4).
18. Понятие репутационного менеджмента (ПКС-4).
19. Особенности сбора и анализа информационных материалов о региональной политике (ПКС-4).

20. Стратегическое планирование социально-экономического и общественного политического развития в регионах России (ПКС-4).

21. Отношения бизнеса и власти в регионах России: особенности политических технологий «джи-ар'а» в регионах России (ПКС-4).

## **5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

### **5.2. Критерии оценки к зачету**

*зачет (86-100 баллов)* ставится обучающемуся, обнаружившему систематические и глубокие знания учебно-программного материала, умения свободно выполнять задания, предусмотренные программой в типовой ситуации (с ограничением времени) и в нетиповой ситуации, знакомство с основной и дополнительной литературой, усвоение взаимосвязи основных понятий дисциплины в их значении приобретаемой специальности и проявившему творческие способности и самостоятельность в приобретении знаний.

*зачет (71-85 баллов)* ставится обучающемуся, обнаружившему полное знание учебно-программного материала, успешное выполнение заданий, предусмотренных программой в типовой ситуации (с ограничением времени), усвоение материалов основной литературы, рекомендованной в программе, способность к самостоятельному пополнению и обновлению знаний в ходе дальнейшей работы над литературой и в профессиональной деятельности.

*зачет (56-70 баллов)* ставится обучающемуся, обнаружившему знание основного учебно-программного материала в объеме, достаточном для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, знакомство с основной литературой, рекомендованной программой, умение выполнять задания, предусмотренные программой.

*незачет (менее 56 баллов)* ставится обучающемуся, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий, слабые побуждения к самостоятельной работе над рекомендованной основной литературой. Оценка «неудовлетворительно» ставится обучающимся, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании академии без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

## **6. Оценочные материалы для организации текущего контроля успеваемости обучающихся**

### **Комплект контрольных вопросов для проведения устных опросов**

Тема: Избирательные технологии в политическом PR

1. Понятие политического PR
2. Виды политического PR
3. Структура политического PR

Тема: Объект и предмет дисциплины «Избирательные технологии»

1. Объект избирательных технологий.
2. Предмет избирательных технологий.
3. Правовые основы реализации избирательных технологий.

Тема: История возникновения и применения избирательных технологий.

1. Развитие политического консультирования и политических технологий в США.
2. Развитие политического консультирования и политических технологий в странах Европы.
3. Развитие политического консультирования и политических технологий в Азии.
4. Становление избирательных технологий в России.

Тема: Ресурсы избирательных кампаний.

1. Виды ресурсов избирательной кампании.
2. Роль финансового ресурса на выборах.
3. Роль человеческого ресурса на выборах.
4. Роль политического ресурса на выборах.
5. Роль административного ресурса на выборах.

Тема: Тактика избирательных кампаний

1. Важные элементы тактики избирательной кампании.
2. Агитационно-рекламное направление.
3. Реклама в избирательной кампании.
4. Массовые мероприятия.
5. Встречи кандидата с избирателями.

Тема: Политические проекты и их роль в избирательной кампании

1. Понятие политического проекта.
2. Гражданские кампании.
3. Кампании протеста.
4. Ресурсы для политических проектов.

Тема: Избирательные технологии формирования имиджа политика

1. Виды, типы имиджа политиков (общемировой опыт).
2. Виды положительных имиджей российских политиков.
3. Структура имиджа.
4. Технологии формирования имиджа

Тема: Разработка коммуникационной тактики избирательной кампании

1. Коммуникационная тактика: структура, цели.
2. Формы взаимодействия со СМИ в период проведения избирательной кампании
3. Медиаплан избирательной кампании

### Критерии оценивания

- правильность ответа по содержанию задания (учитывается количество и характер ошибок при ответе);
- полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.);
- сознательность ответа (учитывается понимание излагаемого материала);
- логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией);
- использование дополнительного материала;
- рациональность использования времени, отведенного на задание (не одобряется затянутость выполнения задания, устного ответа во времени, с учетом индивидуальных особенностей обучающихся).

### Шкала оценивания:

Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям
5 баллов «отлично»	Обучающийся полно и аргументировано отвечает по содержанию вопроса (задания); обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно.
4 балла «хорошо»	Обучающийся достаточно полно и аргументировано отвечает по содержанию вопроса (задания); обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно. Допускает 1-2 ошибки, исправленные с помощью наводящих вопросов.
3 балла «удовлетворительно»	Обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.
2 балла «неудовлетворительно»	Обучающийся обнаруживает незнание ответа на соответствующее задание (вопрос), допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Отмечаются такие недостатки в подготовке студента, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.

### Комплект заданий для практических работ

Тема: Понятие политических технологий

Письменно ответьте на следующие вопросы:

1. Становление политических технологий в России.
2. Какова роль гражданского общества в развитии политических технологий в России?
3. Как происходило развитие политического консультирования в России?

Тема: Управление избирательными кампаниями

Создайте следующие документы:

1. Структура управления избирательной кампанией.
2. Структура избирательного штаба.
3. План-график избирательной кампании (по выбору).

Тема: Виды избирательных технологий

1. Составьте матрицу избирательных технологий.
2. Письменно определите взаимосвязь избирательной технологии от уровня избирательной кампании.

3. Оцените востребованность в избирательных технологиях современных политиков, политических партий..

4. Опишите свое отношение к «черным» избирательным технологиям.

#### Критерии оценивания

- правильность выполнения задания на практическую/лабораторную работу в соответствии с вариантом;
- степень усвоения теоретического материала по теме практической /лабораторной работы;
- способность продемонстрировать преподавателю навыки работы в инструментальной программной среде, а также применить их к решению типовых задач, отличных от варианта задания;
- качество подготовки отчета по практической / лабораторной работе;
- правильность и полнота ответов на вопросы преподавателя при защите работы.

#### Шкала оценивания

Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям
5 баллов «отлично»	Выполнены все задания практической (лабораторной) работы, обучающийся четко и без ошибок ответил на все контрольные вопросы.
4 балла «хорошо»	Выполнены все задания практической (лабораторной) работы; обучающийся ответил на все контрольные вопросы с замечаниями.
3 балла «удовлетворительно»	Выполнены все задания практической (лабораторной) работы с замечаниями; обучающийся ответил на все контрольные вопросы с замечаниями.
2 балла «неудовлетворительно»	Обучающийся не выполнил или выполнил неправильно задания практической (лабораторной) работы; обучающийся ответил на контрольные вопросы с ошибками или не ответил на контрольные вопросы.

#### Перечень дискуссионных тем

Тема. Избирательные кампании.

1. Сущность, цели и основные этапы избирательной кампании
2. Технологии избирательной кампании в современной России
3. Особенности избирательных кампаний различного уровня и масштаба.
4. Влияние менталитета граждан РФ на реализацию избирательных кампаний.
5. Ресурсы избирательной кампании

Тема. Стратегия избирательных кампаний.

1. Стратегия избирательной кампании и ее основные составляющие.
2. Основные задачи финансового обеспечения избирательной кампании.
3. Административный ресурс и его роль в российских избирательных кампаниях.
4. Структура стратегического плана избирательной кампании.

Тема. Имиджевые стратегии в избирательных кампаниях.

1. Имидж кандидата в избирательной кампании и особенности его формирования.
2. Становление и тенденции современного развития политической рекламы
3. Современные рекламные технологии, их влияние на политический процесс
4. Политическая реклама на выборах в современной России

#### Критерии оценивания:

- теоретический уровень знаний;
- качество ответов на вопросы;
- подкрепление материалов фактическими данными (статистические данные или др.);
- практическая ценность материала;
- способность делать выводы;
- способность отстаивать собственную точку зрения;
- способность ориентироваться в представленном материале;
- степень участия в общей дискуссии.

#### Шкала оценивания:

Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям
5 баллов «отлично»	Обучающийся свободно владеет учебным материалом; проявляет навыки анализа, обобщения, критического осмысления, публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, критического восприятия информации; материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности, точно используется терминология; показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации; высказывать свою точку зрения.
4 балла	Ответ удовлетворяет в основном требованиям на оценку «отлично», но при этом имеет один из недостатков: в

«хорошо»	усвоении учебного материала допущены небольшие пробелы, не исказившие содержание ответа; допущены один – два недочета в формировании навыков публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, критического восприятия информации.
3 балла «удовлетворительно»	Неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала; имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после нескольких наводящих вопросов. Обучающийся не может применить теорию в новой ситуации.
2 балла «неудовлетворительно»	Не раскрыто основное содержание учебного материала; обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала; допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов; не сформированы умения и навыки публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, критического восприятия информации.

**Перечень заданий для самостоятельной работы  
Перечень тем эссе, докладов, рефератов, сообщений  
Темы эссе.**

Тема. Объект и предмет дисциплины «Избирательные технологии».

1. Избирательные технологии: дискуссии об объекте и предмете.
2. Междисциплинарная природа избирательных технологий.
3. Методологическая основа дисциплины «Избирательные технологии».

Тема. Избирательные кампании

1. Политические кампании: понятие, виды.
2. Избирательные кампании: понятие, виды.
3. Этапы избирательной кампании.

Тема. Виды избирательных технологий

1. Что такое избирательные технологии: задачи, назначение?
2. Виды современных избирательных технологий.
3. Виды избирательных технологий, используемых в российских избирательных программах.

**Темы рефератов.**

Тема. История возникновения и применения избирательных технологий.

1. Формирование первой выборной системы в России.
2. Реформа избирательной системы 1917 г.
3. Особенности выборов в Первую Государственную Думу России.
4. Нормативное регулирование выборов в современной России.

Тема. Управление избирательными кампаниями.

1. Порядок проведения выборов Президента РФ.
2. Порядок проведения выборов в Государственную Думу РФ.
3. Порядок проведения выборов Главы субъекта РФ.
4. Порядок проведения выборов главы муниципального образования.
5. Порядок проведения выборов в представительный орган местного самоуправления.
6. Особенности организации работы в избирательной кампании.
7. Структура выборного штаба избирательной кампании.

Тема. Разработка коммуникационной тактики избирательной кампании.

1. Система и виды агитационного материала в избирательной кампании.
2. Особенности проведения социологических исследований в день выборов и после выборов.
3. Понятие и виды наружной и уличной политической рекламы в избирательной кампании.
4. Понятие агитации, пропаганды и рекламы в избирательных кампаниях и их специфика применения в избирательных технологиях.
5. Особенности организации агитационной кампании в средствах массовой информации.

**Темы докладов.**

Тема. Избирательные технологии в политическом PR

1. Система построения имиджа кандидата.
2. Технологии формирования и трансляции имиджа политической партии.
3. Имиджевые стратегии в избирательных кампаниях.
4. Негативные избирательные технологии- случаи применения и способы противодействия.
5. Манипуляции процессом освещения предвыборных кампаний в СМИ и способы эффективного контроля.
6. Элементы влияния на ход и результат избирательной кампании.
7. Избирательные технологии влияющие на исход голосования.

Тема. Понятие избирательных технологий.

1. Классификация избирательных технологий.
2. Этические принципы в применении избирательных технологий.
3. Методы и технологии социологического исследования и прогнозирования поведения электората.
4. Методы и технологии социологического исследования и прогнозирования поведения электората.
5. Роль опросов общественного мнения на электорат.
6. Факторы, определяющие выбор кандидата, политической партии.

7. Использование Интернет-ресурсов в избирательных технологиях.  
Тема. Политические проекты и их роль в избирательной кампании.
1. Понятие политических проектов, их виды, формы классификации.
  2. Роль политических проектов в избирательной кампании.
  3. Управление политическими проектами в рамках избирательных кампаний.
  4. Структура политических проектов.
  5. Реализация политических проектов на разных этапах избирательной кампании.

### Критерии оценивания

- полнота раскрытия темы;
- степень владения понятийно-терминологическим аппаратом дисциплины;
- знание фактического материала, отсутствие фактических ошибок;
- умение логически выстроить материал ответа;
- умение аргументировать предложенные подходы и решения, сделанные выводы;
- степень самостоятельности, грамотности, оригинальности в представлении материала (стилистические обороты, манера изложения, словарный запас, отсутствие или наличие грамматических ошибок);
- выполнение требований к оформлению работы.

### Шкала оценивания:

Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям
5 баллов «отлично»	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Содержание работы в целом соответствует теме задания. Продемонстрировано знание фактического материала, отсутствуют ошибки. Продемонстрировано уверенное владение понятийно-терминологическим аппаратом дисциплины (уместность употребления, аббревиатуры, толкование и т.д.), отсутствуют ошибки в употреблении терминов.</li> <li>2) Показано умелое использование категорий и терминов дисциплины в их ассоциативной взаимосвязи.</li> <li>3) Ответ четко структурирован и выстроен в заданной логике. Части ответа логически взаимосвязаны. Отражена логическая структура проблемы (задания): постановка проблемы – аргументация – выводы. Объем ответа укладывается в заданные рамки при сохранении смысла.</li> <li>4) Продемонстрировано умение аргументировано излагать собственную точку зрения. Видно уверенное владение освоенным материалом, изложение сопровождается адекватными иллюстрациями (примерами) из практики.</li> <li>5) Высокая степень самостоятельности, оригинальность в представлении материала: стилистические обороты, манера изложения, словарный запас. Отсутствуют стилистические и орфографические ошибки в тексте.</li> <li>6) Работа выполнена аккуратно, без помарок и исправлений</li> </ol>
4 балла «хорошо»	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Содержание ответа в целом соответствует теме задания. Продемонстрировано знание фактического материала, встречаются несущественные фактические ошибки.</li> <li>2) Продемонстрировано владение понятийно-терминологическим аппаратом дисциплины (уместность употребления, аббревиатуры, толкование и т.д.), отсутствуют ошибки в употреблении терминов.</li> <li>3) Показано умелое использование категорий и терминов дисциплины в их ассоциативной взаимосвязи.</li> <li>4) Ответ в достаточной степени структурирован и выстроен в заданной логике без нарушений общего смысла. Части ответа логически взаимосвязаны. Отражена логическая структура проблемы (задания): постановка проблемы – аргументация – выводы. Объем ответа незначительно превышает заданные рамки при сохранении смысла.</li> <li>5) Продемонстрировано умение аргументировано излагать собственную точку зрения, но аргументация не всегда убедительна. Изложение лишь отчасти сопровождается адекватными иллюстрациями (примерами) из практики.</li> <li>6) Достаточная степень самостоятельности, оригинальность в представлении материала. Встречаются мелкие и не искажающие смысла ошибки в стилистике, стилистические штампы. Есть 1–2 орфографические ошибки.</li> <li>7) Работа выполнена аккуратно, без помарок и исправлений</li> </ol>
3 балла «удовлетворительно»	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Содержание работы в целом соответствует теме задания. Продемонстрировано удовлетворительное знание фактического материала, есть фактические ошибки (25–30%).</li> <li>2) Продемонстрировано достаточное владение понятийно-терминологическим аппаратом дисциплины, есть ошибки в употреблении и трактовке терминов, расшифровке аббревиатур.</li> <li>3) Ошибки в использовании категорий и терминов дисциплины в их ассоциативной взаимосвязи.</li> <li>4) Ответ плохо структурирован, нарушена заданная логика. Части ответа логически разорваны, нет связей между ними. Ошибки в представлении логической структуры проблемы (задания): постановка проблемы – аргументация – выводы. Объем ответа в существенной степени (на 25–30%) отклоняется от заданных рамок.</li> <li>5) Нет собственной точки зрения либо она слабо аргументирована. Примеры, приведенные в ответе в качестве практических иллюстраций, в малой степени соответствуют изложенным теоретическим аспектам.</li> <li>6) Текст работы примерно наполовину представляет собой стандартные обороты и фразы из учебника/лекций. Обилие ошибок в стилистике, много стилистических штампов. Есть 3–5 орфографических ошибок.</li> <li>7) Работа выполнена не очень аккуратно, встречаются помарки и исправления</li> </ol>
2 балла «неудовлетворительно»	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Содержание ответа не соответствует теме задания или соответствует ему в очень малой степени.</li> <li>2) Продемонстрировано крайне слабое владение понятийно-терминологическим аппаратом дисциплины (неуместность употребления, неверные аббревиатуры, искаженное толкование и т.д.), присутствуют</li> </ol>

	<p>многочисленные ошибки в употреблении терминов.</p> <p>3) Продемонстрировано крайне низкое (отрывочное) знание фактического материала, много фактических ошибок – практически все факты (данные) либо искажены, либо неверны.</p> <p>4) Ответ представляет собой сплошной текст без структурирования, нарушена заданная логика. Части ответа не взаимосвязаны логически. Нарушена логическая структура проблемы (задания): постановка проблемы – аргументация – выводы. Объем ответа более чем в 2 раза меньше или превышает заданный. Показаны неверные ассоциативные взаимосвязи категорий и терминов дисциплины.</p> <p>5) Отсутствует аргументация изложенной точки зрения, нет собственной позиции. Отсутствуют примеры из практики либо они неадекватны.</p> <p>6) Текст ответа представляет полную кальку текста учебника/лекций. Стилистические ошибки приводят к существенному искажению смысла. Большое число орфографических ошибок в тексте (более 10 на страницу).</p> <p>7) Работа выполнена неаккуратно, с обилием помарок и исправлений. В работе один абзац и больше позаимствован из какого-либо источника без ссылки на него.</p>
--	--

### **Темы индивидуальных творческих заданий**

Выполните самостоятельно следующие творческие задания:

Тема: Понятие политических технологий

Проведите анализ последних избирательных кампаний на примере современных российских политических партий (выбрать одну партию). Какие политические технологии были использованы?

Тема. Ресурсы избирательных кампаний.

Определить и описать ресурсы избирательной кампании регионального масштаба (на примере Республики Бурятия).

Тема. Стратегия избирательных кампаний

Создайте стратегию избирательной кампании для конкретного политического лидера (выбрать самостоятельно кандидата реального/вымышленного).

Тема. Тактика избирательных кампаний

Создайте тактику избирательной кампании для конкретного политического лидера (выбрать самостоятельно кандидата реального/вымышленного).

Тема. Имиджевые стратегии в избирательных кампаниях

Определить имиджевую стратегию избирательной кампании для конкретного политического лидера (выбрать самостоятельно кандидата реального/вымышленного).

Тема. Избирательные технологии формирования имиджа политика

Описать избирательные технологии формирования имиджа для конкретного политического лидера (выбрать самостоятельно кандидата реального/вымышленного).

Тема. Политическая реклама

Создать сценарий политической рекламы для конкретного политического лидера (выбрать самостоятельно кандидата реального/вымышленного).

### **Критерии оценивания**

- актуальность темы;
- соответствие содержания работы выбранной тематике;
- соответствие содержания и оформления работы установленным требованиям;
- обоснованность результатов и выводов, оригинальность идеи;
- новизна полученных данных;
- личный вклад обучающихся;
- возможности практического использования полученных данных.

### **Шкала оценивания**

Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям
5 баллов «отлично»	Работа демонстрирует точное понимание задания. Все материалы имеют непосредственное отношение к теме; источники цитируются правильно. Результаты работы представлены четко и логично, информация точна и отредактирована. Работа отличается яркой индивидуальностью и выражает точку зрения обучающегося.
4 баллов «хорошо»	Помимо материалов, имеющих непосредственное отношение к теме, включаются некоторые материалы, не имеющие отношение к ней; используется ограниченное количество источников. Не вся информация взята из достоверных источников; часть информации неточна или не имеет прямого отношения к теме. Недостаточно выражена собственная позиция и оценка информации.
3 баллов «удовлетворительно»	Часть материалов не имеет непосредственного отношения к теме, используется 2-3 источника. Делается слабая попытка проанализировать информацию. Материал логически не выстроен и подан внешне непривлекательно, не дается четкого ответа на поставленные вопросы. Нет критического взгляда на проблему
2 баллов «неудовлетворительно»	Больше половины материалов не имеет непосредственного отношения к теме, используется один источник. Не делается попытка проанализировать информацию. Материал логически не выстроен и подан внешне непривлекательно, не дается ответа на поставленные вопросы.

## Комплект тестовых заданий

### Материалы тестовых заданий.

Тема 1: Избирательные технологии в политическом PR

Тема 2: Объект и предмет дисциплины «Избирательные технологии»

Тема 3: История возникновения и применения избирательных технологий. Общемировой опыт

Тема 4: История возникновения и применения избирательных технологий. Отечественный опыт технологий в России

Тема 5: Понятие политических технологий

Тема 6: Понятие избирательных технологий

Тема 7: Избирательные кампании

Тема 8: Ресурсы избирательных кампаний.

Тема 9: Стратегия избирательных кампаний

Тема 10: Тактика избирательных кампаний

Тема 11: Управление избирательными кампаниями

Тема 12: Имиджевые стратегии в избирательных кампаниях

Тема 13: Политические проекты и их роль в избирательной кампании

Тема 14: Виды избирательных технологий

Тема 15: Избирательные технологии формирования имиджа политика

Тема 16: Разработка коммуникационной тактики избирательной кампании

Тема 17: Политическая реклама

### Вариант 1

1. Конкретные пути и способы достижения электоральных целей с определением конкретных исполнителей и сроков - это

- 1) стратегия избирательной кампании
- 2) тактика избирательной кампании
- 3) план избирательной кампании
- 4) сегментирование избирательной кампании

2. Совокупность приемов и методов, направленных на оптимизацию достижения стратегических целей избирательной кампании- это

- 1) грязные технологии
- 2) избирательные технологии
- 3) политические технологии
- 4) манипулятивные технологии

3. Управление общественным мнением и изменение отношения целевых групп к политическому явлению с помощью СМИ, называется

- 1) директ-маркетинг
- 2) паблик рилейшнз
- 3) политической рекламой
- 4) избирательные технологии

4. Убеждение целевых групп в достоинствах политического субъекта и побуждение их к выбору с использованием СМИ- это

- 1) директ-маркетинг
- 2) паблик рилейшнз
- 3) политическая реклама
- 4) избирательные технологии

5. Какую функцию выполняет политическая реклама?

- 1) социальную
- 2) коммуникативную
- 3) политическую
- 4) общественную

6. Определите самый доступный вид источника информации

- 1) средства массовой информации
- 2) профессиональные источники
- 3) пресс-релизы
- 4) статистические данные

7. Платное, неличное обращение, побуждающее представителей целевых групп к выбору кандидата или партии, с использованием СМИ-это

- 1) политическая реклама
- 2) политическая пропаганда
- 3) политическая коммуникация
- 4) политическое сообщение

8. Кто реализовывает избирательные технологии?

- 1) население

- 2) журналисты
- 3) имиджмейкеры
- 4) стилисты
9. Избирательные технологии направлены на
  - 1) руководителей
  - 2) население
  - 3) средства массовой информации
  - 4) кандидатов
10. Что является основным инструментом избирательных кампаний?
  - 1) выступления кандидатов
  - 2) политическая реклама
  - 3) дебаты
  - 4) буклеты
11. Целью осуществления избирательных технологий является?
  - 1) проведение выборов
  - 2) узнаваемость кандидата или партии
  - 3) победа на выборах
  - 4) политический маркетинг
12. Какой международный документ определяет международные стандарты избирательных технологий?
  - 1) Всеобщая декларация прав человека
  - 2) Декларация о критериях свободных и справедливых выборов
  - 3) Устав ООН
  - 4) Международный договор о сотрудничестве в области ПР
13. В работах какого автора современности заложены основы избирательных технологий?
  - 1) А. Токвиль
  - 2) С. Файер
  - 3) А. Маслоу
  - 4) Р. Барт
14. Основой реализации избирательных технологий является
  - 1) отраслевой стержень кандидата
  - 2) проблемы избирателей
  - 3) доступ к СМИ
  - 4) определенная аудитория избирателей
15. Для эффективной реализации избирательных технологий важно
  - 1) определить подходящие группы избирателей
  - 2) найти необходимое финансирование
  - 3) определить микрорайон для агитации
  - 4) качественно распространить агитационную продукцию
16. Какую роль в избирательных технологиях играет имидж кандидата?
  - 1) маловажную, незначительную роль
  - 2) важную роль на начальном этапе
  - 3) на протяжении всей кампании играет важную роль
  - 4) важную роль только в день голосования
17. С точки зрения формирования имиджа наиболее значительной чертой для выборов является
  - 1) внешний вид
  - 2) образование
  - 3) достаток
  - 4) здоровье
18. Влияющим фактором на выбор граждан, является
  - 1) внешность
  - 2) голос
  - 3) предвыборная программа
  - 4) принадлежность к политической партии
19. С помощью какого элемента создается максимальное представление о кандидате?
  - 1) предвыборная программа
  - 2) предвыборная агитация
  - 3) агитационные буклеты
  - 4) имидж
20. Как называется короткий девиз избирательной кампании?
  - 1) программа
  - 2) лозунг
  - 3) слоган

4) цель

Вариант 2

1. Элемент избирательных технологий обозначающий позицию кандидата в политическом поле?

- 1) реклама
- 2) лозунг
- 3) слоган
- 4) программа

2. Основной целью использования социологические исследования на выборах является

- 1) выявить сторонников
- 2) определить конкурентов
- 3) сбор информации о комплексе проблем и предпочтений избирателей
- 4) о политических предпочтениях избирателей

3. Проведение предвыборной агитации запрещается:

- 1) только в день голосования;
- 2) в день голосования и в предшествующий ему день
- 3) за неделю до дня голосования и в день голосования
- 4) за 10 дней до голосования

4. За счет каких средств осуществляется финансирование деятельности избирательных комиссий связанной с подготовкой и проведением выборов депутатов Государственной Думы:

- 1) за счет средств федерального бюджета
- 2) за счет средств региональных бюджетов
- 3) за счет средств федерального и регионального бюджетов
- 4) за счет средств политических партий

5. Кандидаты обязаны создавать собственные избирательные фонды для финансирования своей избирательной кампании в период:

- 1) после письменного уведомления избирательной комиссии
- 2) после их регистрации
- 3) после назначения даты выборов
- 4) после подачи заявления в избирательную комиссию

6. Каждый избиратель, участник референдума вправе голосовать:

- 1) только лично при предъявлении паспорта
- 2) лежащим больным можно по телефону;
- 3) за других избирателей по доверенности;
- 4) на дому, если у него нет времени прибыть в помещении для голосования.

7. Сложностью применения на выборах технологии «прямой рассылки» является

- 1) большое количество конвертов
- 2) актуальные базы данных
- 3) проникновение в подъезды
- 4) большие финансовые затраты

8. От избирательных технологий не зависит

- 1) количество граждан на избирательном участке
- 2) количество проголосовавших
- 3) количество не пришедших на избирательные участки
- 4) количество бюллетеней в урне

9. Максимальная эффективность распространения агитационных листовок достигается в

- 1) органах государственной власти
- 2) в детских учреждениях
- 3) в социальных учреждениях
- 4) в молодежных учреждениях

10. Какие характеристики являются самыми влиятельными при формировании выбора

- 1) партийность
- 2) демографические характеристики
- 3) личные характеристики
- 4) профессиональные характеристики

11. Технология директ – мэйл предполагает:

- 1) организацию в целях агитации за определенного кандидата митингов.
- 2) проведение социологического опроса в период избирательной кампании.
- 3) обращение кандидата к конкретному избирателю с изложением аргументов в пользу голосования за его.
- 4) встречу кандидата с избирателями округа.

12. Технология выдвижения кандидата-страховки последует достижение такой цели, как:

- 1) вхождение в политическое общество.
- 2) победа на выборах этого кандидата.

- 3) снижение числа голосов, поданных за одного из соперников.  
 4) предотвращение ситуации безальтернативных выборов.
13. Ключевая тема избирательной кампании кандидата находит отражение:  
 1) в лозунге компании.  
 2) в продуктах визуальной рекламы.  
 3) предвыборной платформе кандидата.  
 4) во всех перечисленных информационных продуктах.
14. Избирательная система в «широком смысле» — это...  
 1) система общественных отношений, связанных с выборами органов публичной власти  
 2) технология формирования законодательной власти  
 3) способ избрания высшего должностного лица государства  
 4) методы решения общественно значимых проблем посредством избирательных технологий
15. Активное освоение избирательных технологий повлияло на развитие...  
 1) прикладной политологии  
 2) сравнительной политологии  
 3) теории политологии  
 4) политической конфликтологии
16. Политический консалтинг — это...  
 1) консультирование деятельности политика с точки зрения оценки и прогноза тех социально-психологических результатов, к которым она приведет  
 2) технология организации и продвижения политического продукта средствами рекламы  
 3) процесс формирования команды и ее участия в организации и проведении избирательной кампании  
 4) формирование имиджа политика под потребности электората
17. К косвенной форме политической рекламы относится...  
 1) участие кандидата в пресс-конференциях  
 2) позитивные высказывания авторитетных лиц о кандидате  
 3) кампания «от двери к двери»  
 4) наружная реклама
18. Технологией обратной связи называют...  
 1) нормативно-правовой документ  
 2) официальное заявление  
 3) политическое решение  
 4) PR (связи с общественностью)
19. Политическое решение — это...  
 1) эмоциональная реализация политика видов внешней среды  
 2) процесс определения ряда политических действий, этапов и способов их достижения —  
 3) комплекс мер, расписанных по срокам, участникам и ответственным, необходимых для достижения желаемого результата  
 4) решение лица, наделенного полномочиями власти
20. Построение повестки дня в политико-управленческом процессе принятия решения — это...  
 1) легитимация государственного решения на основе официальных процедур  
 2) оценивание итогов, результатов и последствий исполненного решения  
 3) определение приоритетных общественных проблем, значимых для властных решений  
 4) форматирование альтернативных вариантов решений по преодолению общественной проблемы

### Критерии оценивания

- отношение правильно выполненных заданий к общему их количеству

### Шкала оценивания

Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям
86-100 баллов «отлично»	Выполнено 86-100% заданий
71-85 баллов «хорошо»	Выполнено 71-85% заданий
56-70 баллов «удовлетворительно»	Выполнено 56-70% заданий
0-55 баллов «неудовлетворительно»	Выполнено 0-55% заданий