

**Фонд
оценочных средств**

по дисциплине «Политический менеджмент в современном мире»

Уровень высшего образования

МАГИСТРАТУРА

Направление подготовки

41.04.04 – Политология

Государственная политика и PR

Квалификация

магистр

Фонд оценочных средств предназначен для контроля знаний обучающихся по направлению подготовки 41.04.04 – Политология по дисциплине «*Политический менеджмент в современном мире*»

Фонд оценочных средств рассмотрен и утвержден на заседании кафедры философии им. академика А.Ч. Какеева

протокол №9 от «12» мая 2022 г.

Заведующая кафедрой философии им. академика А.Ч. Какеева

 Осмонова Н.И.


Исполнители:

К. филос. н., доцент

 Хайбулина Ф.Д.

подпись

Д. филос. н., профессор

 Алиева Г.М.

подпись

СОГЛАСОВАНО:

Заместитель декана по учебной работе

 Баудинова Н.А.

подпись

Раздел 1. Перечень компетенций, с указанием этапов их формирования в процессе освоения практики

Формируемые компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Виды оценочных средств/шифр раздела в данном документе
<p>ОПК-2:</p> <p>Способен осуществлять поиск и применять перспективные информационно-коммуникационные технологии и программные средства для комплексной постановки и решения задач профессиональной деятельности</p>	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - информационно-коммуникационные технологии и программные средства для комплексной постановки и решения задач профессиональной деятельности; - критерии отбора перспективных информационно-коммуникационных технологий и программных средств для комплексной постановки и решения задач профессиональной деятельности. 	
	<p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать различные информационно-коммуникационные технологии и программные средства для комплексной постановки и решения задач профессиональной деятельности; - применять критерии отбора для определения их приемлемости при комплексной постановке и решении задач профессиональной деятельности. 	
	<p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками использования различные информационно-коммуникационные технологии и программные средства для комплексной постановки и решения задач профессиональной деятельности; - навыками определения перспективных информационно-коммуникационных технологий и программных средств на основе критериев их отбора для комплексной постановки и решения задач профессиональной деятельности. 	

Формируемые компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Виды оценочных средств/шифр раздела в данном документе
<p>ОПК-7: Способен самостоятельно выстраивать стратегии представления результатов своей профессиональной деятельности, в том числе в публичном формате, на основе подбора соответствующих информационно-коммуникативных технологий и каналов распространения информации</p>	<p><u>Знать:</u> - современные информационно-коммуникативные технологии; - основные формы и методы PR; - основные каналы распространения информации.</p>	
	<p><u>Уметь:</u> - применять современные информационно-коммуникативные технологии; - осуществлять выбор и применять эффективные стратегии представления результатов своей профессиональной деятельности, в том числе в публичном формате; - пользоваться методами доступа к каналам распространения информации.</p>	
	<p><u>Владеть:</u> - формами и методами современных информационно-коммуникативных технологий; - навыками разработки и применения стратегии представления результатов своей профессиональной деятельности; - навыками эффективно применять методы использования каналов распространения информации.</p>	

Раздел 2. Технологическая карта дисциплины

Политический менеджмент в современном мире

Направление подготовки 41.04.04; 530100

Политология. Магистерская программа «Государственная политика и PR»

1 семестр, 4 зет

Название модулей дисциплины согласно РПД	Контроль	Форма контроля	зачетный минимум	зачетный максимум	график контроля
Модуль 1 Политический менеджмент как наука	Текущий контроль	Самостоятельная работа магистрантов, посещаемость, активность	4	6	12
	Рубежный контроль	Эссе	5	10	
Модуль 2 Технологии организации политического процесса.	Текущий контроль	Самостоятельная работа магистрантов, посещаемость, активность	4	6	14
	Рубежный контроль	доклад	5	10	
Модуль 3 Отработка практических навыков политического спичрайтинга	Текущий контроль	Самостоятельная работа магистрантов, посещаемость, активность	4	6	16
	Рубежный контроль	презентация	7	12	
Модуль 4 Организация специальных событий	Текущий контроль	Самостоятельная работа магистрантов, посещаемость, активность	4	8	17
	Рубежный контроль	Тест	7	12	
ВСЕГО за семестр			40	70	
Промежуточный контроль (Экзамен)			20	30	
Семестровый рейтинг по дисциплине			60	100	

Модуль логически завершённая часть дисциплины

Текущий контроль самостоятельная работа обучающегося, посещаемость и активность на занятиях

Рубежный контроль проверка полноты знаний и умений по материалу модуля в целом

Промежуточный контроль завершённая задокументированная часть учебной дисциплины – совокупность тесно связанных между собой модулей дисциплины.

Раздел 3. Типовые контрольные задания и иные материалы необходимые для оценки планируемых результатов обучения по дисциплине / практике (оценочные средства). Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания.

Блок А

ТЕМАТИКА ЭССЕ:

- 1. Важнейшие политические решения XXI века в Европе,*
- 2. Важнейшие политические решения XXI века в Европе США,*
- 3. Важнейшие политические решения XXI века в Европе и последствия их реализации для страны и мира.*
- 4. Важнейшие политические решения XXI века в США и последствия их реализации для страны и мира.*
- 5. Важнейшие политические решения XXI века в Российской Федерации и последствия их реализации для страны и мира.*
- 6. Важнейшие политические решения XXI века в Кыргызской Республике и последствия их реализации для страны и мира.*
- 7. Становление и тенденции современного развития политической рекламы.*
- 8. Современные рекламные технологии, их влияние на политический процесс.*
- 9. Политический маркетинг и паблик рилейшнз.*
- 10. Политическая реклама.*
- 11. Концепция заинтересованных группы и групп давления.*
- 12. Лоббизм в США и в Европе: история и современность.*
- 13. Зарождение лоббизма в современной России и Кыргызстане.*
- 14. Концепция политической социализации.*
- 15. Политическое участие как феномен общественной жизни и аналитическая категория.*
- 16. Психологические факторы политического участия.*
- 17. Развитие GR-связей с государством в современной России.*
- 18. Политическая социализация и политическое участие в современной России.*
- 19. Избирательные системы современности, сравнительный анализ.*
- 20. Избирательное право: международные стандарты, российское и кыргызстанское законодательство.*
- 21. Политический менеджмент в избирательной кампании.*
- 22. Технологии избирательной кампании в современной России.*
- 23. Технологии избирательной кампании в современном Кыргызстане.*

Блок В

ТЕМЫ ДОКЛАДОВ И ВЫСТУПЛЕНИЙ.

- 1. Политическое управление как наука, учебная дисциплина и вид практической деятельности. Функции политического управления.*
- 2. Понятие управления.*

3. *Сущность, структура и особенности политического управления. Директивная и коммуникативная модели политического управления.*
4. *Основные задачи политического управления как науки.*
5. *Основные задачи политического управления как практической деятельности.*
6. *Формирование рынка услуг политтехнологов в США, Западной Европе и России: факторы, тенденции и "правила игры".*
7. *Принятие решения в органах власти и управления.*
8. *Методы многомерного статистического анализа политических систем и политического менеджмента*
9. *История политической рекламы.*
10. *Политическая реклама как форма политической коммуникации.*
11. *Создание сообщений в политической рекламе.*
12. *Структура политического образа и политическая реклама*
13. *Жанры политической рекламы в СМИ.*
14. *Особенности дизайна в политической рекламе.*
15. *Политическая реклама и технологии проведения избирательных компаний.*
16. *Специфика работы в сфере избирательных технологий.*
17. *Принципы и варианты построения избирательной кампании.*
18. *Роль кандидата в избирательной кампании.*
19. *Ресурсное обеспечение избирательной кампании.*
20. *Выбор целевых групп избирателей.*
21. *Разработка стратегии и тактики избирательной кампании.*
22. *Виды предвыборной агитации и их характеристика.*

ТЕМАТИКА ПРЕЗЕНТАЦИЙ:

1. *Сравнительный анализ основных подходов современной науки об управлении.*
2. *Управление и самоорганизация в политике, их функции и взаимодействие.*
3. *Стратегия управления в политике.*
4. *Политическое управление в условиях неопределенности и риска.*
5. *Сравнительный анализ основных подходов в области публичного управления.*
6. *Публичная политика и политико-административное управление: политологический подход.*
7. *Генезис и сущность политического менеджмента.*
8. *Политический менеджер как профессия.*
9. *Политический менеджмент в свете российской практики.*
10. *Основные подходы в теории принятия политических решений.*
11. *Технологии и процедуры, их влияние на содержание политического решения.*
12. *Модели ведения переговоров и их применение в различных условиях.*
13. *Практика подготовки и принятия политического решения.*
14. *GR-технологии и их роль в политическом менеджменте*
15. *GR и функции лоббизма*

Блок D

Фонд примерных тестовых заданий по дисциплине.

1. Произведением, являющимся первым руководством по управлению государством, в котором даются определения человеческому действию, успеху, упадку, застою, развитию и т.д. является:
2. Артхашастра или наука политики
3. Законы Ману

4. «Государство» Платона

2. Функции управления являются его обязательными элементами, т.е. если выпадает хотя бы одна из функций, может быть разрушена вся управленческая технология. Впервые функции управления были названы

1. Г.Фордом
2. Ф.Тейлором
3. А.Файолем
4. Э.Мэйо

3. Демократический стиль руководства по «Теории У» Д. МакГрегора предполагает использование творческих способностей подчиненных, гибкий контроль, а также

1. Принуждение к труду
2. Негативные санкции
3. Материальные стимулы
4. Моральные стимулы

4. Иерархическая соподчиненность подразделений и звеньев управленческой деятельности, занимающих определенную ступень в системе управления, называется

1. Звеньями управления
2. Уровнями управления
3. Связями управления
4. Органы управления

5. При руководителях создается аппарат специалистов. На уровне организации сотрудники аппарата занимаются общими проблемами ее развития, в подразделениях решают их специфические задачи. Это признаки структуры управления, которая называется

1. Линейно-штабная
2. Линейная
3. Линейно-функциональная
4. Функциональная

6. Если в организации существует только один уровень горизонтальных каналов, то такая коммуникационная структура называется «Палатка». Если же горизонтальные каналы существуют на нескольких уровнях, то такая структура (сеть) носит название

1. «Колесо»
2. «Дом»
3. «Шпора»
4. «Круг»

7. Бинарное управленческое решение предполагает возможность выработки

1. Единственного варианта решения проблемы
2. Большого числа альтернатив
3. Двух противоположных подходов к решению проблемы
4. Креативный вариант решения проблемы

8. С точки зрения организационных уровней, к которым принадлежат участники конфликта, конфликты могут быть горизонтальными и вертикальными. Вертикальных конфликтов в обществе 70-80%. Это конфликты, которые возникают между

1. Личностью и группой
2. Конструктивным и деструктивным началом
3. Отдельными направлениями деятельности
4. Различными уровнями иерархии

9. Верны ли суждения о стратегиях разрешения конфликта: А. Компромиссная стратегия применяется в том случае, если ранг оппонентов одинаков, и они в равной мере заинтересованы в преодолении конфликта. Б. Компромиссная стратегия представляет собой совокупность мероприятий в основном организационного и разъяснительного характера.

1. Верно только А
2. Верно только Б
3. Оба суждения верны
4. Оба суждения неверны

10. Переговоры являются оптимальным способом разрешения конфликта. Тем не менее, сутью жестких переговоров является игнорирование одной стороны интересов другой. Жесткие переговоры – это форма

1. Рациональных переговоров
2. Деструктивных переговоров
3. Пропагандистских переговоров
4. Позиционных переговоров

11. Функционирование в обществе таких политических механизмов, в которых субъекты и объекты связаны отношениями политической власти и отношениями обратной политической связи называется

1. Политическим менеджментом
2. Политическим управлением
3. Политическим администрированием
4. Государственным и муниципальным управлением

12. Верны ли суждения о политическом менеджменте: А. Одной из основных задач политического менеджмента является формирование электоральных предпочтений населения. Б. Превращение политических партий и общественных организаций в самостоятельных субъектов – это одна из целей политического менеджмента.

1. Верно только А
2. Верно только Б
3. Оба суждения верны
4. Оба суждения неверны

13. Создание образа политика или государственного деятеля привлекательным для масс, что обеспечило бы поддержку населением его действий – это главная задача

1. Политического PR
2. Политического брендинга
3. Политического имиджмейкинга

4. Политического спичрайтинга

14. Научное знание о политическом менеджменте включает в себя общетеоретические и прикладные исследования управленческого процесса в политике. Они взаимосвязаны, но принципиальные различия их в том, что

1. Не совпадают субъекты исследования
2. Не совпадают объекты исследования
3. Различное практическое назначение исследований
4. Разная мотивация исследователей

15. Эмпирические методы, используемые для углубления знания о политическом менеджменте, не включают в себя

1. Метод «фокус-группы»
2. Топологический метод
3. Метод наблюдения
4. Метод контент-анализа

16. Когда организуется процесс познания конкретной политической ситуации, используется этап, который носит название

1. Формирование политической идентичности
2. Политическое консультирование
3. Управление процессами структуризации
4. Операционализация

17. Управленческий процесс, инициируемый политическим лидером для достижения определенных политических целей методами и средствами, исключающими применение открытых форм принуждения и права создавать обязательные нормы и правила, называется

1. Политический менеджмент
2. Политическая кампания
3. Политическая коммуникация
4. Политическое сегментирование

18. Политические партии – это наиболее часто встречающиеся субъекты управления в политических кампаниях. Кроме них к субъектам можно отнести

1. PR-службы
2. Спонсоров
3. Целевые группы
4. Адресные группы

19. Верны ли суждения об объекте управления в политической кампании?

А. Объект управления одновременно находится в

фокусе внимания нескольких субъектов, инициирующих различные политические кампании

Б. Объект управления в

политической кампании – это люди, от которых зависит достижение целей данной политической кампании

1. Верно только А
2. Верно только Б
3. Оба суждения верны
4. Оба суждения неверны

20. Психические процессы, которые побуждают субъекта и объекта управления в политической кампании вступать в различного рода взаимодействия, относятся к процессам

1. Ролевых установок
2. Категоризации
3. Интерпретации
4. Мотивации

21. Каждая политическая кампания предполагает достижение политических и управленческих целей. Примером политической цели является:

1. Формирование у руководства партий «СПС», «Демократическая партия» и «Республиканская партия» представлений о важности заключения соглашения об объединении
2. Заключение соглашения между данными партиями
3. Создание позитивного отношения избирателей страны к партии ЛДПР
4. Упрочение в массовом сознании представлений о важности решения вопросов по национальным проектам

22. Последовательность психических, ментальных реакций и мыслительных актов, обеспечивающих восприятие социальной информации, ее понимание и осознание – это

1. Рациональный выбор
2. Диспозиция
3. Категоризация и атрибуция
4. Когнитивный процесс

23. Верны ли следующие суждения?

А. Сторонники диспозиционной теории личности объясняют поведение человека устойчивостью его некоторых личностных черт.

Б. Сторонники теории потребностей считают, что поступки человека определяются внутренним состоянием его организма, испытывающим нужду в чем-либо.

1. Верно только А.
2. Верно только Б.
3. Оба суждения верны.
4. Оба суждения неверны.

24. Когнитивная модель мотивации политического действия не включает в себя следующий процесс

1. Структуризация
2. Категоризация
3. Атрибуция

4. Постановка цели

25. Мысленное «достраивание» информации в случае, когда наличная информация не позволяет однозначно соотнести явление с когнитивными структурами памяти, называется

1. Мотивация
2. Категоризация
3. Атрибуция
4. Интериоризация

26. К ограничениям, с которыми может сталкиваться политический менеджер при вовлечении других людей в политические кампании с целью реализации своих политических целей, относится

1. Рационально организованная коммуникация
2. Подвижность когнитивных структур личности
3. Спонтанная коммуникация
4. Информационные продукты

27. В памяти человека хранение информации осуществляется в трех основных видах: конкретные образы, схемы или обобщенные знания о ситуациях и

1. Концепты
2. Когнитивные структуры
3. Мотивы
4. Слоганы

28. Выделяются два основных вида кодирования информации. Тот вид кодирования, который связан с выражением информации не сигналами и символами, а словами называется

1. Рациональным
2. Спонтанным
3. Шумовым
4. Вербальным

29. Верны ли следующие суждения?

А. Производство информации включает в себя определение главной темы информационного воздействия, уточнение способов ее представления различным аудиториям.

Б. Задача управления коммуникационными процессами не включает в себя обеспечение обратной связи.

1. Верно только А.
2. Верно только Б.
3. Оба суждения верны.
4. Оба суждения неверны.

30. В соответствии с двумя способами обработки информации индивидом в политической практике выделяются два вида убеждающей коммуникации. Тот вид, при котором субъект

политического управления смещает акценты с логики глубинного познания социального объекта на его внешние проявления, называется

1. Разжижение информации
2. Периферийный или косвенный вид
3. Переключение внимания
4. Функциональный вид

31. Емкие фразы, позволяющие кратко, в запоминающейся форме выразить главную идею (идеи) убеждающей коммуникации, объединить акции политической кампании единым смыслом

1. Политические слухи
2. Политические слоганы
3. Политические символы
4. Политические схемы

32. Технику «Мнимый выбор», используемую в ходе убеждающей коммуникации, можно отнести к техникам, которые называются

1. Техники подкрепления
2. Техники интерпретации
3. Техники доверия
4. Техники внимания

33. В политическом менеджменте выделяются три основных социальных процесса, которые позволяют человеку различать социальные структуры и реализовывать их в своих действиях: социализация, социальный контроль и

1. Либерализация
2. Политическая идентичность
3. Легитимация
4. Демократизация

34. Верны ли следующие суждения?

А. Современное общество, в отличие от традиционного, не является глубоко дифференцированным, а значит, что каждый человек не испытывает множественного структурного давления.

Б. Структурное давление не приводит к определенной унификации людей.

1. Верно только А.
2. Верно только Б.
3. Оба суждения верны.
4. Оба суждения неверны.

35. Разбивка населения, рассматриваемого в качестве потенциального объекта политического управления, на группы, различающиеся по определенным объективным признакам, способным повлиять на их политическое поведение, называется

1. Политическая идентификация
2. Дифференциация

3. Стратификация
4. Сегментирование

36. Одним из направлений формирования политической идентичности является:

1. Создание адресной группы
2. Управление коммуникационными процессами
3. Вовлечение во взаимодействие
4. Осуществление кластерного сегментирования

37. Особый вид политической идентичности, заключающийся в появлении особого эмоционального отношения к конкретному политическому лидеру, выражающееся в желании поддерживать его и подражать ему, называется

1. Ангажированная
2. Персонифицированная
3. Внутренне структурированная
4. Престижная

38. Верны ли, следующие суждения?

А. Смысл и содержание политической конкуренции заключается в борьбе за влияние на массы, на определенные слои и группы.

Б. Одним из основных способов снижения негативного воздействия конкурентной среды является защита образа позиционируемого политика или политической организации от нападков политических соперников.

1. Верно А
 2. Верно Б
 3. Оба суждения верны
 4. Оба суждения неверны
39. Главным документом, которым руководствуется субъект управления политической кампанией, является ее проект. Он (проект политической кампании) должен отвечать многим требованиям, в том числе

1. Ограниченность доступа
2. Профессионализм
3. Компетентность
4. Неожиданность

40. Информационная кампания, организованная субъектом политического управления с целью привлечения определенного вида ресурсов, называется фандрейзингом. Ресурсы какого вида в данном случае привлекаются?

1. Людские
2. Природные
3. Материальные
4. Финансовые

41. Непосредственными субъектами принятия политических решений выступают политические лидеры и государственные структуры, но опосредованно в их принятии участвуют граждане, общественно-политические организации и т.д. Это является

1. Альтернативой принятия политического решения
2. Стилем принятия политического решения
3. Методом принятия политического решения
4. Особенностью принятия политического решения

42. Одной из стадий принятия политического решения можно назвать

1. Этап реализации
2. Этап мотивации
3. Этап управления
4. Этап взаимодействия

43. По одной из типологий все политические конфликты можно разделить на три группы: конфликты «неуправляемых эмоций», конфликты «идеологических доктрин» и конфликты «политических институтов». Что из перечисленного можно отнести к третьей группе?

1. Споры об административном статусе
2. «Война законов»
3. Споры о принадлежности территорий
4. Конфликты-бунты

44. Одним из основных способов устранения противоречий, лежащих в основе политического конфликта, является

1. Проявление настойчивости одной из сторон
2. Устранение объекта (объективных причин) конфликта
3. Применение уступающей стратегии
4. Использование стратегии бездействия

45. Прямое или косвенное общение сторон, направленное на такое согласование взаимных интересов и целей, которое может привести к снижению интенсивности или завершению конфликта – это

1. Взаимодействие
2. Переговоры
3. Предупреждение
4. Инициация

46. Верны ли следующие суждения?

А. Явные или неявные признаки возможного ухудшения политической ситуации называются симптомами риска.

Б. К симптомам риска невозможно отнести нарастание протестного поведения граждан, снижение безопасности, рост нестабильности.

1. Верно А
2. Верно Б
3. Верны оба суждения

4. Оба суждения неверны

47. Важным фактором, влияющим на содержание информационных технологий, используемых при принятии политических решений, является

1. Управленческое решение
2. Атрибутивность
3. Наличие программы
4. Методики сбора данных

48. Результаты деятельности лоббистских группировок зависят от их ресурсов, т.е. средств, которые могут повлиять на процесс принятия политических решений. Ресурсы могут быть

1. Потенциальные
2. Актуальные
3. Утилитарные
4. Когнитивные

49. В зависимости от того, каким управленческим решением достигаются цели лоббирования, оно (лоббирование) может быть правотворческое и

1. Законодательное
2. Правоприменительное
3. Исполнительное
4. Мотивационное

50. Верны ли следующие суждения?

А. В РФ в 1994 году был принят закон «О регулировании лоббистской деятельности в Федеральных органах государственной власти».

Б. Данный закон был принят на основании изучения опыта Германии, где подобный закон действует уже более пятидесяти лет.

1. Верно А
2. Верно Б
3. Оба суждения верны
4. Оба суждения неверны

51. Одним из этапов процесса лоббирования является

1. Категоризация объекта лоббирования
2. Участие в продвижении проекта по инстанциям
3. Удовлетворение интересов определенных структур
4. Определение места в пространственно-временном континууме

52. Представители какой научной школы видят суть процесса политической социализации в накоплении человеком нового комплекса знаний?

1. Когнитивной школы
2. Чикагской школы
3. Школы психоанализа
4. Поведенческо-бихевиористская школа

53. Тип политической социализации, при котором человек вырабатывает в себе способность менять свои политические пристрастия и переходить к новым ценностным ориентирам, называется

1. Плюралистический
2. Конфликтный
3. Ценностно-ориентировочный
4. Гармоничный

54. Прямая или опосредованная вовлеченность граждан в выработку и реализацию политико-управленческих решений и курсов действий в обществе или в международном сообществе, в рекрутирование политико-должностных лиц и во влияние на их деятельность – это

1. Политический конфликт
2. Политическая социализация
3. Политическая идентичность
4. Политическое участие

55. Верны ли следующие суждения?

А. К формам политического участия можно отнести: участие в управлении и самоуправлении, в создании, охране и реализации законов, в деятельности политических партий и т.д.

Б. К правам на участие в политике можно отнести право граждан РФ на равный доступ к государственной службе, закрепленное в Конституции РФ.

1. Верно А
2. Верно Б
3. Оба суждения верны
4. Оба суждения неверны.

Промежуточный контроль

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ ОБУЧЕННОСТИ ЗНАТЬ

1. Политический менеджмент как наука о политическом управлении.
2. Политический менеджмент: принятие и реализация политических решений, политическая социализация и мобилизация, политическое участие.
3. Средства политического управления: политическая реклама, управление персоналом, партийное строительство, формирование имиджа.
4. Основные виды политического менеджмента в условиях современной демократии: электоральный менеджмент (избирательные технологии), лоббистская деятельность, партийный менеджмент.
5. Политическая реклама в политическом управлении.
6. История политической рекламы.
7. Политическая реклама как форма политической коммуникации.
8. Создание сообщений в политической рекламе. Структура политического образа и политическая реклама.
9. Специфика политической рекламы.
10. Политическая реклама как средство воздействия на электоральное поведение.

11. Манипуляции в политической рекламе.
12. Жанры политической рекламы в СМИ.
13. Особенности дизайна в политической рекламе.
14. Политическая реклама и технологии проведения избирательных компаний.
15. Электоральный менеджер как посредник между кандидатом
16. Этапы и факторы развития электорального менеджмента в современных России и Кыргызстане.
17. Политическое консультирование, переговоры, технология избирательных кампаний.
18. Специфика работы в сфере избирательных технологий.
19. Принципы и варианты построения избирательной кампании.
20. Типовая структура избирательного штаба и разделение труда в нем

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ ОБУЧЕННОСТИ УМЕТЬ:

1. Роль кандидата в избирательной кампании.
2. Ресурсное обеспечение избирательной кампании.
3. Выбор целевых групп избирателей.
4. Разработка стратегии и тактики избирательной кампании.
5. Виды предвыборной агитации и их характеристика.
6. Эффективность «черных» технологий и методы их нейтрализации.
7. Лоббист как посредник между группами интересов и органами власти.
8. Мировой опыт развития профессионального лоббизма.
9. Организация лоббистской деятельности.
10. Правовое регулирование лоббистской деятельности.
11. Организация предвыборной избирательной кампании.
12. Стратегический образ политика, факторы, влияющие на его формирование.
13. Модели имиджа конкретного политика в глазах избирателя.
14. Роль пропаганды в формировании имиджа.
15. Психологические механизмы восприятия политического лидера.
16. Феномены, опосредующие процесс восприятия (система ценностей электората, установок, ролевые предпочтения).
17. Технологии построения имиджей.
18. Психологические факторы восприятия имиджа.
19. Образ как субъективная картина мира.
20. Образ - знание, образ- значение, образ потребного будущего.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ ОБУЧЕННОСТИ ВЛАДЕТЬ:

1. Назвать стратегии конструирования имиджа.
2. Охарактеризовать позиционирование как основную стратегию построения имиджа.
3. Раскрыть психологические законы общественного мнения.
4. Описать алгоритмы формирования общественного мнения.
5. Раскрыть суть и приоритеты управления общественным мнением (формирование списка приоритетов, переключение внимания, введение новых тем и ситуаций, контрпропаганда).
6. Раскрыть функцию слухов как неформального вида имидж формирующей информации.
7. Охарактеризовать основные электоральные представления о политическом поведении лидера.
8. Назвать основные потребности лидера: потребность во власти, достижении, контроле над людьми и ситуацией, аффилиации.
9. Описать мотивы поведения лидера.
10. Привести пример стиля принятия политических решений.
11. Раскрыть психологические механизмы восприятия политического лидера.
12. Описать основные технологии построения имиджей.

13. Описать основные правила пропаганды.
14. Охарактеризовать роль масс-медиа в создании политического имиджа.
15. Перечислить правила работы с прессой, организация пресс-конференций, выступлений по радио, телевидению.
16. Охарактеризовать телевидение как основной инструмент формирования имиджа.
17. Описать мировой опыт развития партийного менеджмента.
18. Сравнить состояние партийного менеджмента в современной России и Кыргызстане.
19. Охарактеризовать профессиональную этику политического менеджмента.
20. Назвать виды профессиональной этики в политическом менеджменте

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ (зачёты, экзамены)

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ ОБУЧЕННОСТИ ЗНАТЬ:

1. Что является объектом и предметом политического менеджмента?
2. Каковы методологические основания политического менеджмента?
3. Назовите основные направления и методы политического менеджмента
4. Кого можно отнести к субъектам политического менеджмента?
5. Характеристика государства как субъекта политического менеджмента.
6. Особенности политических партий как субъектов политического менеджмента.
7. Элиты и политический лидер как субъект политического менеджмента.
8. Основные этапы развития науки и дисциплины о политическом менеджменте.
9. Цели, задачи и принципы политического менеджмента в основных современных концепциях.
10. Теория и практика политического менеджмента.
11. Зависимость политического управления от избирательной системы
12. Зависимость политического управления от исторических традиций
13. Зависимость политического управления от политического режима
14. Зависимость политического управления от формы правления
15. Основные институты политической социализации и их роль в политическом управлении
16. Основные каналы и институты политической коммуникации и их роль в политическом управлении.
17. Место и роль политических партий в политическом управлении
18. Политическое управление и организация взаимного контроля между ветвями власти
19. Основные подходы к принятию политического решения.
20. Этапы разработки и методы принятия политического решения.
21. Критерии принятия политического решения.
22. Стили принятия политического решения.
23. Что такое политическое консультирование?
24. Основные направления, формы и виды политического консалтинга.
25. Политический конфликт, его структура, формы, источники, типология.
26. Основные стратегии управления конфликтами, этапы их урегулирования. Переговорный процесс.
27. Понятие риска и кризиса. Особенности принятия политического решения в условиях политического конфликта, риска и кризиса.
28. Понятие политической рекламы, её значение для формирования политического рынка.
29. Разновидности политической рекламы, её методы.
30. Имидж политика как элемент политической рекламы. Политический имиджмейкинг: формы, виды, методы и сферы использования.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ ОБУЧЕННОСТИ УМЕТЬ:

31. Как провести переговоры по методике BATNA?
32. Как определять структуру переговорного процесса?
33. Как использовать основные функции и формы лоббизма?
34. Как применять различные методы лоббистской деятельности?
35. Как устанавливать формальные связи для лоббистской деятельности?
36. Как провести сравнительный анализ правового регулирования лоббистской деятельности?
37. Какие характеристики должен иметь лоббист как посредника между группами интересов и властью?
38. Как раскрыть сущность и содержание политической кампании?
39. Как осуществлять электоральный менеджмент и избирательные технологии
40. Как выбирать стратегию избирательных кампаний.
41. Как провести исследование для избирательной кампании (в т.ч. имиджа кандидатов/партий)?
42. Как определять целевые группы, ключевые проблемы и ожидания?
43. Как сформулировать ключевую идею/лозунг/«месседж» в избирательной кампании?
44. Как разработать тактику и план кампании, механизмы контроля и корректировки их реализации?
45. Как осуществлять взаимодействие избирательных команд кандидатов/партийных списков.
46. Как использовать психолого-имиджмейкерские избирательные технологии.
47. Как осуществлять социологические избирательные технологии.
48. Как использовать методы агитации и пропаганды в избирательных кампаниях и создания программно-идеологических документов.
49. Как осуществлять политическое консультирование как форму экспертной и социо-инженерной деятельности.
50. Как выполнять основные функции и задачи политического консультирования.
51. Какие этические нормы и профессиональный кодекс политических консультантов необходимо соблюдать?
52. Как охарактеризовать сущность и теоретические основания политического PR?
53. Какие возможности применения PR-технологий можно использовать в политическом менеджменте
54. Какие основания GR-технологий можно использовать в политическом менеджменте?
55. Какие виды политических переговоров можно использовать в политическом менеджменте?
56. Сформулировать понятие политического участия, его сущности, определить субъекты и факторы.
57. Типологизировать основные формы и виды политического участия.
58. Охарактеризовать кризисы политического участия и основные способы их разрешения.
59. Дать определение сущности выборов, их видов, функций, субъектов.
60. Сформулировать понятие избирательной системы. Охарактеризовать мажоритарную, пропорциональную и смешанную избирательные системы.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ ОБУЧЕННОСТИ ВЛАДЕТЬ:

61. Перечислить базовые модели, типы и способы принятия политических решений.
62. Раскрыть механизм принятия политических решений: измерения, структура и динамика.
63. Дать характеристику формальных центров принятия политических решений (анализ структуры).
64. Определить место неформальных групп в процессе принятия политических решений (анализ влияния и составление когнитивной карты).

65. Показать роль “правил игры”, норм и процедур в механизме принятия политических решений.
66. Указать особенности принятия законодательных решений в представительных органах государственной власти (на отдельном примере).
67. Указать особенности принятия административных решений в исполнительных органах государственной власти (на отдельном примере).
68. Назвать специфику принятия политических решений в муниципалитетах и органах местного самоуправления (на отдельном примере).
69. Определить формальные и неформальные структуры и факторы в механизме принятия политических решений.
70. Перечислить основные фазы процесса принятия политических решений.
71. Привести пример формирования “повестки дня” и определение “приоритетной проблемы” в структуре принятия политических решений.
72. Назвать алгоритм разработки альтернативных проектов в процессе подготовки принятия политических решений.
73. Описать экспертизу проектов политического решения: принципы, способы и анализ отдельного примера.
74. Описать критерии выбора оптимального решения в политическом управлении: рациональные критерии, процедуры селекции и анализ отдельного примера.
75. Охарактеризовать систему принятия политических решений и технология лоббистской деятельности: определение точек доступа, каналов ресурсо-обмена, способов давления.
76. Описать алгоритм разработки модели и плана лоббистской кампании (на отдельном примере).
77. Охарактеризовать разработку модели и плана нейтрализации ЦПР (ЛПР) давления лоббистских группировок (на отдельном примере).
78. Назвать способы “не решений” и технология блокирования принятия и осуществления политических решений (на отдельном примере).
79. Раскрыть суть и содержание политических технологий (понятие, виды, источники, эффективность).
80. Охарактеризовать основные избирательные технологии (понятие, виды, источники, эффективность).
81. Перечислить методы и средства избирательных технологий.
82. Раскрыть суть и содержание PR как избирательной технологии, перечислить инструментарий и функции.
83. Охарактеризовать стратегическое планирование и организация избирательных кампаний.
84. Указать технологии подготовки и проведения избирательных кампаний.
85. Перечислить организационно-политические избирательные технологии и информационно-коммуникативные избирательные технологии.
86. Представить модель организационной структуры государственного управления выборами на примере России и Кыргызстана.
87. Разработать модель использования Интернет-технологии в политическом менеджменте.
88. Схематизировать особенности формирования политических сетей.
89. Разработать кейс конфронтационного менеджмента как разновидности политического менеджмента.
90. Привести пример политического консультирования с указанием его направлений и задач.

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ № ____

1. Вопрос (Вопросы) для проверки уровня обученности ЗНАТЬ

.....

2. Задача/задание (Задачи/задания) для проверки уровня обученности УМЕТЬ

.....

3. Задание (Задания) для проверки уровня обученности ВЛАДЕТЬ

.....

Раздел 4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций Промежуточный контроль (Экзамен)

При оценке устных ответов на проверку уровня обученности ЗНАТЬ учитываются следующие критерии:

1. Знание основных процессов изучаемой предметной области, глубина и полнота раскрытия вопроса.
2. Владение терминологическим аппаратом и использование его при ответе.
3. Умение объяснить сущность явлений, событий, процессов, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы.
4. Владение монологической речью, логичность и последовательность ответа, умение отвечать на поставленные вопросы, выразить свое мнение по обсуждаемой проблеме.

Отметкой **(8-10 баллов)** оценивается ответ, который показывает прочные знания методологических характеристик процесса научного познания, магистрант профессионально рассуждает о генезисе научного познания и его специфике, структуре научного познания и проблемах его развития. Отлично разбирается в методах научного познания, их разделении на основные группы; методиках постановки цели научного исследования, определения способов ее достижения, разработки стратегий действий; убедительно поясняет основания выбора методов исследования своего диссертационного исследования.

Отметкой **(4-7 баллов)** оценивается ответ, который показывает хорошие знания методологических характеристик процесса научного познания, магистрант не очень хорошо разбирается в генезисе научного познания и его специфике, структуре научного познания и проблемах его развития. Хорошо разбирается в методах научного познания и поясняет основания выбора методов исследования своего диссертационного исследования.

Отметкой **(1-3 баллов)** оценивается ответ, который показывает недостаточно хорошие знания о методологических характеристиках процесса научного познания, магистрант плохо разбирается в генезисе научного познания и его специфике, структуре научного познания и проблемах его развития; плохо знает методы научного познания и неубедительно поясняет основания выбора методов исследования своего диссертационного исследования.

Отметкой **(0 баллов)** оценивается ответ, который показывает очень слабые знания о методологических характеристиках процесса научного познания, магистрант не разбирается в генезисе научного познания и его специфике, структуре научного познания и

проблемах его развития; очень слабо знает методы научного познания и не может пояснить основания выбора методов исследования своего диссертационного исследования.

При оценке ответов на проверку уровня обученности УМЕТЬ и ВЛАДЕТЬ учитываются следующие критерии (ситуационные задачи и задания):

Отметкой **(16-20 баллов)** оценивается ответ, при котором магистрант ставит постановку проблемы в ситуационном задании собственными словами; оценивает альтернативные решения проблемы; профессионально дает аргументированное пояснение способу построения знаний, характерного для научного познания; анализирует структуру научного познания и выявляет различия и общие черты, характерные для двух стратегий порождения знаний: обобщение практического опыта и конструирование теоретических моделей, обеспечивающих выход за рамки наличных, исторически сложившихся форм производства и обыденного опыта; объясняет основания выбора методов исследования своего диссертационного исследования. Демонстрирует полное понимание проблемы. Все задачи и задания выполнены.

Отметкой **(10-15 баллов)** оценивается ответ, при котором магистрант ставит постановку проблемы в ситуационном задании собственными словами; но не приводит альтернативные решения проблемы; профессионально дает пояснение способу построения знаний, характерного для научного познания, но недостаточно глубоко анализирует структуру научного познания; выявляет различия и общие черты, характерные для двух стратегий порождения знаний: обобщение практического опыта и конструирование теоретических моделей, обеспечивающих выход за рамки наличных, исторически сложившихся форм производства и обыденного опыта; объясняет основания выбора методов исследования своего диссертационного исследования. Демонстрирует значительное понимание проблемы. Большинство требований, предъявляемых к заданию выполнены.

Отметкой **(1-9 баллов)** оценивается ответ, при котором магистрант ставит постановку проблемы в ситуационном задании собственными словами; дает неаргументированное пояснение способу построения знаний, характерного для научного познания; слабо выявляет различия и общие черты, характерные для двух стратегий порождения знаний: обобщение практического опыта и конструирование теоретических моделей, обеспечивающих выход за рамки наличных, исторически сложившихся форм производства и обыденного опыта; плохо объясняет основания выбора методов исследования своего диссертационного исследования. Демонстрирует совсем небольшое понимание проблемы. Многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены.

Отметкой **(0 баллов)** оценивается ответ, при котором магистрант демонстрирует непонимание проблемы или нет ответа и даже не было попытки решить задачу.

Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Рубежный контроль

ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ПРЕЗЕНТАЦИИ (рубежный контроль)
Электронная презентация оценивается в границах Отметка (в %)

№	Наименование показателя	Отметка (в %)
---	-------------------------	---------------

1	проблема не раскрыта, а выводы отсутствуют. Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины. Не использованы информационные технологии (PowerPoint). Наличие ошибок в представляемой информации.	5
2	Проблема раскрыта, но не полностью. Выводы не сделаны или не обоснованы. Представляемая информация не систематизирована и не последовательна. Использован 1-2 профессиональных термина. Информационные технологии (PowerPoint) использованы частично. Наличие ошибок в представляемой информации. Ответы только на элементарные вопросы.	15
3	Проблема в основном раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны или обоснованы. Представленная информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2-х профессиональных терминов. Использованы информационные технологии (PowerPoint). Не более 2-х ошибок в представляемой информации. Ответы на вопросы полные или частично полные.	35
4	Проблема раскрыта полностью. Выводы сделаны. Анализ проблемы проведен с привлечением дополнительной литературы. Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов. Широко использованы информационные технологии (PowerPoint). Отсутствуют ошибки в представленной информации. Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений.	55
Всего		100

ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ ЭССЕ (рубежный контроль)

Эссе оценивается в границах от 5 до 10 баллов (в пределах общего количества баллов, отведенных для текущего контроля)

№	Наименование показателя	Отметка в баллах
1	содержание эссе не соответствует выбранной теме, в нем полностью отсутствует авторская позиция;	5
2	в эссе выделена ключевая проблема темы, но вопросы рассмотрены не полностью и не точно;	6-7
3	тема эссе в целом раскрыта, в его содержании присутствует творческий подход к изложению материала, но не все вопросы темы получили полное освещение;	8-9
4	содержание эссе отличается критическим осмыслением сложившихся подходов, определений, авторские аргументы и формулировки проблемы, выходят за рамки базовых определений.	10

ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ ДОКЛАДА (рубежный контроль)

№	Наименование показателя	Отметка (в %)
ФОРМА		20
1	Деление текста на введение, основную часть и заключение	0-10
2	Логичный и понятный переход от одной части к другой, а также внутри частей	0-10
СОДЕРЖАНИЕ		60
1	Соответствие теме	0-10

2	Наличие основной темы (тезиса) в вводной части и обращенность вводной части к читателю	0-10
3	Развитие темы (тезиса) в основной части (раскрытие основных положений через систему аргументов, подкрепленных фактами, примерами и т.д.)	0-20
4	Наличие выводов, соответствующих теме и содержанию основной части	0-20
ДОКЛАД		20
1	Правильность и точность речи во время защиты	0-5
2	Широта кругозора (ответы на вопросы)	0-5
3	Выполнение регламента	0-5
Всего баллов		Сумма баллов

Согласно технологической карте дисциплины эссе являются рубежным контролем модуля №1. При этом зачетный минимум и зачетный максимум составляют 10 и 18 баллов соответственно.

Количество баллов	Количество баллов рубежного контроля
91-95	18
86-90	17
81-85	16
76-80	15
71-75	14
66-70	13
61-65	12
56-60	11
51-55	10
46-50	9

Оценка «5» — 16-18 баллов
Оценка «4» — 13-15 баллов
Оценка «3» — 10-12 баллов
Оценка «2» — менее 10 баллов

Текущий контроль

УСТНЫЙ ОПРОС по аналитическим групповым заданиям и фронтальному опросу

ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ УСТНЫХ ОТВЕТОВ (текущий контроль)

№	Наименование показателя	Отметка (в %)
1	Оригинальность и убедительность	15
2	Понимание проблематики и научность трактовки	25
3	Обоснованное привлечение политических концепций (уместность и достоверность сведений)	40
4	Ключевые слова (их важность для заявленной темы, грамотное употребление, количество)	10
5	Логичность и последовательность устного высказывания	10
	Всего	100