ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«РЕГИОНАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И УПРАВЛЕНИЯ»



УТВЕРДЖЕНО

Рассмотрено и одобрено на заседании Учебно- Проректор по учебной работе

Методического совета \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Ю.И. Паничкин

Протокол № 1 от 23 августа 2024 г. Личная подпись инициалы, фамилия

«23» августа 2024 года

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

**К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ  
«ТЕХНОЛОГИИ ИЗБИРАТЕЛЬНЫХ КАМПАНИЙ»**

Направление подготовки

Направленность (профиль)

Уровень программы

Форма обучения

**38.03.04 Государственное и муниципальное управление**

**Эффективное государственное управление**

**бакалавриат**

**Очно-заочная**

Рязань

2024 г.

**Фонд оценочных средств текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Технологии избирательных кампаний»**

Фонд оценочных средств (далее – ФОС) является неотъемлемой частью рабочей программы дисциплины и основной профессиональной образовательной программы.

Фонд оценочных средств представляет собой комплекс учебных заданий, предназначенных для измерения уровня достижений обучающимся установленных результатов обучения, и используется при проведении текущей и промежуточной аттестации (в период зачетно-экзаменационной сессии).

Цель ФОС – установление соответствия уровня подготовки обучающихся на данном этапе обучения требованиям рабочей программы дисциплины.

Основными задачами ФОС по учебной дисциплине являются:

* контроль достижений целей реализации ОП – формирование компетенций;
* контроль процесса приобретения обучающимся необходимых знаний, умений, навыков(владения/опыта деятельности) и уровня сформированности компетенций;
* оценка достижений обучающегося;
* обеспечение соответствия результатов обучения задачам будущей профессиональной деятельности через совершенствование методов обучения в образовательном процессе.
* **. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы**

Процесс освоения дисциплины «Технологии избирательных кампаний» направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Код** | **Содержание компетенции** |
| 1 | ПК-1 | Формирование систем взаимосвязанных статистических показателей |

**Формы текущего контроля успеваемости**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование и содержание по темам (разделам)** | **Краткое содержание** | **Формы текущего контроля** | **Компетенции** |
| Тема 1. Виды политических режимов в современной России: федеральный и региональный аспект | Типология политических режимов в российских регионах. По количеству населения и территориальной организации пространства: столицы (Москва, Петербург), мегаполисы, областные центры, моногорода, районные центры, сельская местность. По социально-культурным особенностям (с точки зрения политической и электоральной культуры): «столичные» жители (мегаполисы), «люди труда» (моногорода), «среднерусский регион» (типовой регион Европейской части России, в меньшей степени – Сибирь), «этнократии» с жесткой организацией власти (в т.ч. и «русские регионы», например, Кемеровская область), «окраинные территории» - Калининградская и Сахалинская области, Приморский край. | О Р | ПК-1 |
| Тема 2. Специфика | Особенности электоральных | О | ПК-1 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| избирательных систем и технологий в современной России | (избирательных) систем в российских регионах. Основные типы (модели) избирательных систем, используемые на региональных и местных выборах. Региональное и местное выборное законодательство. Использование мажоритарной избирательной системы, её разновидностей и модификаций на региональных и местных выборах. Преимущества и недостатки использования мажоритарной избирательной системы при проведении выборов в один тур глав местной администрации и депутатов легислатур российских регионов. Норма представительства как характеристика мажоритарной избирательной системы. Джерримандеринг. Принципы нарезки избирательных округов при мажоритарных выборах в региональные легислатуры. Фактор использования пропорциональной избирательной системы в российских регионах и специфика ее функционирования в региональном районировании представленности в российских легислатурах. Преимущества и недостатки использования пропорциональной избирательной системы на региональных выборах. | Р |  |
| Тема 3. Использование политических технологий на выборах | Институт глав местных администраций (сити-менеджер) и институт глав муниципальных образований (мэр): функциональное разграничение и их роль в институциональном дизайне местных политических систем регионов. Особенности и практики выборов мэров и сити-менеджеров в различных российских регионах. Использование избирательных технологий на выборах, определение их места и роли в складывающихся региональных политических процессах. Региональные отличия использования избирательных технологий и своеобразие региональных избирательных технологий: критерии унификации и проблемы фрагментации их использования. | О Р | ПК-1 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Тема 4. Специфика электоральной кампании в современной России | Понятие избирательной кампании в современной политической науке. Избирательные кампании как часть текущих внутриполитических процессов в российских регионах. Специфика организации избирательных кампаний в разнотипных российских регионах: национальных республиках, областях, краях, национально-автономных округах, городах федерального значения. Учет электоральных, внутриэлитных, демографических, социально- экономических, политико­правовых, этноконфессиональных, географических, климатических и иных критериев при определении политической PR- стратегии и тактического рисунка региональной избирательной кампании. Типы региональных предвыборных кампаний, их цели и задачи. | О Р | ПК-1 |

**2. Соответствие уровня освоения компетенции планируемым результатам**

**обучения и критериям их оценивания**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Код** | **Содержание компетенции** |
| 1 | ПК-1 | Формирование систем взаимосвязанных статистических показателей |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Перечень компетенций** | **Показатели оценивания компетенций** | **Критерии оценивания результатов обучения по образовательной программе (уровни освоения компетенций)** | | | |
| **Неудовлетворительно** | **Удовлетворительно** | **Хорошо** | **Отлично** |
| ПК-1. Формирование  систем взаимосвязанных статистических показателей | **на уровне знаний:** знать основы статистических и экономических методов исследования социально-экономических явлений и процессов;  **на уровне умений:** уметь ставить задачи, определять содержание и способы работы со статическими данными социально­экономического развития  **на уровне навыков:** владеть навыками проведения расчетов экономических и социально-экономических показателей | Отсутствие знаний, умений и навыков | В целом успешная, но не систематичная демонстрация знаний, умений и навыков. | В целом успешная демонстрация знаний, умений и навыков. Однако, знания, умения и навыки содержат отдельные пробелы. | Владение полной системой знаний, сформированные умения, успешное и систематическое владение навыками. |

1. **Фонд оценочных средств и материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации по дисциплине**
   1. В ходе реализации дисциплины «Технологии избирательных кампаний» используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся: опрос, реферат.
   2. Преподаватель при текущем контроле успеваемости, оценивает уровень подготовленности обучающихся к занятию по следующим показателям:

* устные (письменные) ответы на вопросы преподавателя по теме занятия;
* аргументированности, актуальности, новизне содержания реферата и др.

Детализация баллов и критерии оценки текущего контроля успеваемости утверждается на заседании кафедры.

Форма проведения промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

* **.2.1. Опрос**

Цель – развитие способности к самостоятельному поиску, анализу, систематизации и обобщению научной литературы. Опрос проходит по изученным темам.

Перечень вопросов для опроса:

1. Назовите общие подходы к анализу рынка консалтинговых услуг.
2. Каковы основные способы презентации итогов исследования.
3. Каковы основные стратегии работы с рынком.
4. Какие существуют способы работы с конкурентами.
5. Каковы основные этапы проведения информационной кампании.
6. В чем особенности проведения информационной кампании в различных отраслях.
7. Раскройте содержание общих требований к специалисту в сфере гуманитарных технологий.
8. Каковы особенности принятия решений в условиях информационной кампании.
9. Основные способы снижения стрессовой нагрузки при проведении информационной кампании.
10. Каковы отличительные черты тендера.
11. В чем специфика проведения тендера различными заказчиками и по отраслям.
12. Проведение информационной рекогносцировки, анализ целевых групп и их потребностей.
13. Разработка ключевых тезисов продвижения объекта, таргетирование по целевым группам.
14. Построение медиа-плана и медиа-карты отрасли, навыки работы со СМИ.
15. Теория и практика взаимодействия со СМИ.
16. Навыки написания пресс-релизов и другой информационной продукции.
17. Методы мониторинга эффективности информационной кампании.
18. Общие вопросы проведения тендеров, разница между аукционом и конкурсом.
19. Основные этапы участия в тендере.
20. Особенности проведения тендеров в государственном секторе и по отраслям.
21. Особенности проведения тендеров в частном секторе и по отраслям.
22. Особенности проведения тендеров зарубежными заказчиками.
23. Содержание общих требований к специалисту в сфере гуманитарных технологий.
24. Особенности принятия решений в условиях информационной кампании.
25. Основные способы снижения стрессовой нагрузки при проведении информационной кампании.
26. Проведение информационной рекогносцировки, анализ целевых групп и их потребностей.
27. Разработка ключевых тезисов продвижения объекта, таргетирование по целевым группам.
28. Построение медиа-плана и медиа-карты отрасли, навыки работы со СМИ.

Устный (письменный) опрос (контрольная работа) проводится в течение установленного времени преподавателем. Опрашиваются все обучающиеся группы. За опрос выставляется оценка до 10 баллов. Набранные баллы являются рейтинг-баллами.

При оценивании учитывается:

1. Целостность, правильность и полнота ответов
2. В ответе приводятся примеры из практики, даты, Ф.И.О. авторов.
3. Применяются профессиональные термины и определения

Процедура оценки опроса:

1. Если ответ удовлетворяет 3-м условиям – 8-10 баллов.
2. Если ответ удовлетворяет 2-м условиям – 6-7 баллов.
3. Если ответ удовлетворяет 1-муусловию – 4-5 баллов.
4. Если ответ не удовлетворяет ни одному условию – 0-3

|  |  |
| --- | --- |
| Рейтинг-баллы | Аттестационная оценка обучающегося по дисциплине учебного плана в национальной системе оценивания |
| 8-10 | отлично |
| 6-7 | хорошо |
| 4-5 | удовлетворительно |
| 0-3 | неудовлетворительно |

**Реферат**

Цель выполнения задания: задание ориентировано на многостороннее анализирование изучаемой темы, включая обоснование гипотез и постановку задач исследования в определенной области психологии. Реферирование способствует самостоятельному осуществлению студентом обработки научной информации. Написание реферата позволяет студенту научаться работать с научной информацией: осмыслять, анализировать, переструктурировать, обобщать, выдвигать гипотезы и решать поставленные задачи.

С помощью проектной деятельности проверяется: умение раскрывать тему; умение осуществлять сбор материала по проблеме исследования; умение использовать предметные понятия, в соответствии со стилем, темой и задачей работы; качество оформления работы, широта охвата источников и дополнительной литературы.

Описание задания

Реферат – краткое изложение в письменном виде или в форме публичного выступления содержания книги, научной работы, результатов изучения научной проблемы; доклад на определённую тему, включающий обзор соответствующих литературных и других источников. В реферате излагается сущность изучаемых вопросов, основные фактические данные и делаются общие выводы. Реферат представляет собой объективное, лишенное эмоций сообщение информации первоисточника на основе ее смысловой переработки. Он акцентирует внимание на новых сведениях и определяет целесообразность обращения к первоисточнику.

При этом происходит необходимое в процессе обучения упрощение восприятия информации посредством ее сжатия и систематизации.

Реферирование заключается в выборке из всего массива информации ключевых моментов и их фиксировании на основе сформулированных гипотез и задач.

Реферат оформляется в текстовом виде в свободной форме, где должно быть отражено ключевое содержание по раскрытию проблемы. Основным источником для оценивания является презентация.

**Темы для рефератов:**

1. Проведение информационной рекогносцировки, анализ целевых групп и их потребностей.
2. Разработка ключевых тезисов продвижения объекта, таргетирование по целевым группам.
3. Построение медиа-плана и медиа-карты отрасли, навыки работы со СМИ.
4. Теория и практика взаимодействия со СМИ.
5. Навыки написания пресс-релизов и другой информационной продукции.
6. Методы мониторинга эффективности информационной кампании.
7. Общие вопросы проведения тендеров, разница между аукционом и конкурсом.
8. Основные этапы участия в тендере.
9. Особенности проведения тендеров в государственном секторе и по отраслям.
10. Особенности проведения тендеров в частном секторе и по отраслям.
11. Особенности проведения тендеров зарубежными заказчиками.
12. Содержание общих требований к специалисту в сфере гуманитарных технологий.
13. Особенности принятия решений в условиях информационной кампании.
14. Основные способы снижения стрессовой нагрузки при проведении информационной кампании.
15. Проведение информационной рекогносцировки, анализ целевых групп и их потребностей.
16. Разработка ключевых тезисов продвижения объекта, таргетирование по целевым группам.
17. Построение медиа-плана и медиа-карты отрасли, навыки работы со СМИ.
18. Теория и практика взаимодействия со СМИ.
19. Особенности написания пресс-релизов и другой информационной продукции.

Критерии оценивания:

1. Выполнение задания в срок.
2. Отражены суждения и оценки, основанные на значимых фактах и практических результатах.
3. Использованы электронные информационные ресурсы, базы данных, ЭБС.

Процедура оценки:

1. Если ответ удовлетворяет 3-м условиям – 18-20 баллов.
2. Если ответ удовлетворяет 2-м условиям – 15-17 баллов.
3. Если ответ удовлетворяет 1-му условию – 10-14 баллов.
4. Если ответ не удовлетворяет ни одному условию – 1-9.
5. **Форма и средства (методы) проведения промежуточной аттестации**
   1. Форма проведения промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

Средства выявления уровня освоения компетенции – устное собеседование.

Зачет с оценкой проводится в устной форме. Время, отведенное на подготовку вопросов на зачет с оценкой составляет 30 мин. По рейтинговой системе оценки, формы контроля оцениваются отдельно. Зачет с оценкой составляет от 0 до 20 баллов. Допуск к зачету с оценкой составляет 45 баллов.

* 1. **Типовые оценочные средства**

**Вопросы к зачету с оценкой**

Назовите общие подходы к анализу рынка консалтинговых услуг.

1. Каковы основные способы презентации итогов исследования.
2. Каковы основные стратегии работы с рынком.
3. Какие существуют способы работы с конкурентами.
4. Каковы основные этапы проведения информационной кампании.
5. В чем особенности проведения информационной кампании в различных отраслях.
6. Раскройте содержание общих требований к специалисту в сфере гуманитарных технологий.
7. Каковы особенности принятия решений в условиях информационной кампании.
8. Основные способы снижения стрессовой нагрузки при проведении информационной кампании.
9. Каковы отличительные черты тендера.
10. В чем специфика проведения тендера различными заказчиками и по отраслям.
11. Проведение информационной рекогносцировки, анализ целевых групп и их потребностей.
12. Разработка ключевых тезисов продвижения объекта, таргетирование по целевым группам.
13. Построение медиа-плана и медиа-карты отрасли, навыки работы со СМИ.
14. Теория и практика взаимодействия со СМИ.
15. Навыки написания пресс-релизов и другой информационной продукции.
16. Методы мониторинга эффективности информационной кампании.
17. Общие вопросы проведения тендеров, разница между аукционом и конкурсом.
18. Основные этапы участия в тендере.
19. Особенности проведения тендеров в государственном секторе и по отраслям.
20. Особенности проведения тендеров в частном секторе и по отраслям.
21. Особенности проведения тендеров зарубежными заказчиками.
22. Содержание общих требований к специалисту в сфере гуманитарных технологий.
23. Особенности принятия решений в условиях информационной кампании.
24. Основные способы снижения стрессовой нагрузки при проведении информационной кампании.
25. Проведение информационной рекогносцировки, анализ целевых групп и их потребностей.
26. Разработка ключевых тезисов продвижения объекта, таргетирование по целевым группам.
27. Построение медиа-плана и медиа-карты отрасли, навыки работы со СМИ.

**Градация перевода рейтинговых баллов обучающихся в пятибалльную**

**систему аттестационных оценок и систему аттестационных оценок ECTS.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Академический рейтинг обучающегося** | **Аттестационная оценка обучающегося по дисциплине учебного плана в национальной системе оценивания** | **Аттестационная оценка обучающегося по дисциплине учебного плана в системе ECTS** |
| 95-100 | Отлично | + A (excellent) |
| 80-94 | A (excellent) |
| 75-79 | Хорошо | +B (good) |
| 70-74 | B (good) |
| 55-69 | Удовлетворительно | C (satisfactory) |
| 50-54 | D (satisfactory) |
| 45-49 | Неудовлетворительно | E (satisfactory failed) |
| 1-44 | F (not rated) |
| 0 | N/A (not rated) |

1. **Практическая работа (практическая подготовка):** проверка выполнения заданий по практической подготовке в профессиональной деятельности и самостоятельной работы на практических занятиях.

Практическое задание *–* это частично регламентированное задание по практической подготовке в профессиональной деятельности**,** имеющее алгоритмическое или нестандартное решение, позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных научных областей в практическую подготовку, связанную с профессиональной деятельности. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.

Работа во время проведения практического занятия состоит из следующих элементов:

* консультирование обучающихся преподавателем с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем практических заданий и задач;
* самостоятельное выполнение практических заданий согласно обозначенной учебной программой тематики;
* ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия, техники безопасности при работе в аудитории.

Обработка, обобщение полученных результатов практической подготовки проводиться обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач).

1. **Курсовые проекты (работы)**

Не предусмотрены

1. **Оценка компетенций (в целом)**

Оценка компетенций (в целом) осуществляется по итогам суммирования текущих результатов обучающегося и промежуточной аттестации.

В оценке освоения компетенций (в целом) учитывают: полноту знания учебного материала по теме, степень активности обучающегося на занятиях в семестре; логичность изложения материала; аргументированность ответа; уровень самостоятельного мышления, практической подготовки; умение связывать теоретические положения с практикой, в том числе и с будущей профессиональной деятельностью с промежуточной аттестации.