

Документ подписан простой электронной подписью Информация о Фонде оценочных средств дисциплины "Электоральный маркетинг" по направлению подготовки (специальности) "Политология" направленности (профилю) Политические и электоральные технологии ФИО: Таскаев Сергей Валерьевич Должность: Ректор Дата подписания: 15.09.2025 10:29:24 Уникальный программный ключ: 04c19ed8bfb98f3b6cb77a486b9a8788b8322323	"Электоральный маркетинг" по направлению подготовки (специальности) "Политология" направленности (профилю) Политические и электоральные технологии ФГБОУ ВО «ЧелГУ»	стр. 1
---	--	--------

**Фонд оценочных средств
для промежуточной аттестации**

по дисциплине (модулю)
Электоральный маркетинг

Направление подготовки (специальность)
41.03.04 Политология

Направленность (профиль)
Политические и электоральные технологии

Присваиваемая квалификация
бакалавр

Форма обучения
Очно-заочная

Челябинск, 2025 г.

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Направление подготовки: *41.03.04 Политология*

Направленность (профиль): *Политические и электоральные технологии*

Дисциплина: *Электоральный маркетинг*

Семестр (семестры) изучения: 6

Форма (формы) промежуточной аттестации: зачет

2. ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной

Изучение дисциплины «Электоральный маркетинг» направлено на формирование следующих компетенций:

Коды компетенции (по ФГОС)	Содержание компетенций согласно ФГОС	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
1	2	3
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Демонстрирует знание теоретических основ принятия решений в сфере управления проектами.	Знает теоретические концепции проектного менеджмента
		Умеет организовывать деятельность, связанную с принятием решений в сфере управления проектами.
		Владеет методами управления проектами в политической сфере
	УК-2.2. Выявляет и анализирует различные способы решения задач в рамках цели проекта и аргументирует их выбор.	Знает основные принципы анализа проектных задач
		Умеет применять на практике методы решения задач в рамках цели проекта
		Владеет технологиями аргументации степени эффективности выбранных методов реализации проектов
	УК-2.3. Демонстрирует способность проектировать решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.	Знает базовые категории анализа правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений при реализации проекта
		Умеет использовать в профессиональной деятельности оптимальные способы решения проектных задач
		Владеет приемами проектирования процесса решения конкретных задач проекта

3. СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

3.1 Виды оценочных средств

№ п/п	Код компетенции/планируемые результаты обучения	Контролируемые темы/разделы	Наименование оценочного средства для текущего контроля	Наименование оценочного средства на промежуточной аттестации/№ задания

1	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Раздел 1. Политический маркетинг в системе управленческих отношений современного общества	Эссе	Тест. Устный опрос
		Раздел 2. Управление политическими	Эссе	Тест. Устный опрос
		Раздел 3. Управление процессами мотивации в политических кампаниях процессами	Эссе	Тест. Устный опрос
		Раздел 4. Технологии управления коммуникационными процессами в политической кампании	Эссе	Тест. Устный опрос
		Раздел 5. Медиа-технологии и интернет-технологии в политических кампаниях	Эссе	Тест. Устный опрос
		Раздел 6. Технологии организации непосредственного общения в политических кампаниях	Эссе	Тест. Устный опрос
		Раздел 7. Управление процессами структуризации в политических кампаниях	Эссе	Тест. Устный опрос
		Раздел 8. Управление рисками в политической кампании	Эссе	Тест. Устный опрос

Типовые задания, критерии и показатели оценивания в рамках текущего контроля представлены в рабочей программе дисциплины (модуля). Полные комплекты оценочных средств и контрольно-измерительных материалов хранятся на кафедре.

3.2 Содержание оценочных средств

1. Темы для оценочного средства «Эссе»

1. Электоральный маркетинг как инструмент демократии: преимущества и риски.
2. Сравнительный анализ традиционного и цифрового электорального маркетинга.
3. Роль электорального маркетинга в формировании политической культуры общества.
4. Эволюция электорального маркетинга: от агитации до Big Data.
5. Сегментация избирателей: методы и их эффективность в современных условиях.
6. Молодежь как целевая аудитория в электоральном маркетинге: особенности и подходы.
7. Гендерный аспект в электоральном маркетинге
8. Роль социальных сетей в изучении и сегментации избирателей.
9. Политический брендинг: создание и продвижение имиджа кандидата.
10. Роль социальных медиа в современных избирательных кампаниях.
11. Эффективность теледебатов как инструмента электорального маркетинга.
12. «Черный PR» в политике: этические и правовые аспекты.
13. Роль социологических исследований в прогнозировании результатов выборов.

14. Big Data в электоральном маркетинге: возможности и ограничения.
15. Экзитполы: достоинства и недостатки метода.
16. Этика в электоральном маркетинге: баланс между эффективностью и моралью.
17. Манипулятивные технологии в избирательных кампаниях: как их избежать.
18. Правовое регулирование электорального маркетинга: сравнительный анализ разных стран.
19. «Грязные технологии» на выборах: последствия для демократии.
20. Роль международных наблюдателей в обеспечении честности выборов.
21. Использование искусственного интеллекта в электоральном маркетинге.
22. Виртуальная реальность и ее потенциал в избирательных кампаниях.
23. Роль медиapersон в электоральном маркетинге: примеры из практики.
24. Влияние кризисных ситуаций на стратегии электорального маркетинга.

2. Вопросы для оценочного средства «Тест»

Примерные вопросы для теста

1. Что такое электоральный маркетинг?
 - а) Реклама товаров и услуг
 - б) Управление избирательными кампаниями
 - в) Исследование потребительского поведения
 - г) Продвижение брендов компаний
2. Какая из перечисленных целей является основной для электорального маркетинга?
 - а) Увеличение продаж
 - б) Победа кандидата на выборах
 - в) Повышение узнаваемости бренда
 - г) Улучшение имиджа компании
3. Какие из перечисленных элементов являются частью электорального маркетинга?
 - а) Сегментация избирателей
 - б) Позиционирование кандидата
 - в) Разработка рекламной стратегии
 - г) Все вышеперечисленное
4. Что такое сегментация избирателей?
 - а) Разделение избирателей на группы по схожим характеристикам
 - б) Изучение предпочтений всех избирателей
 - в) Проведение опросов общественного мнения
 - г) Анализ результатов выборов
5. Какие критерии чаще всего используются для сегментации избирателей?
 - а) Возраст, пол, доход
 - б) Географическое положение, политические предпочтения
 - в) Образование, социальный статус
 - г) Все вышеперечисленное
6. Какой из перечисленных методов НЕ используется для анализа целевой аудитории в электоральном маркетинге?
 - а) Фокус-группы

- б) Социологические опросы
 - в) Анализ продаж
 - г) Big Data
7. Что такое политический брендинг?
- а) Создание уникального имиджа кандидата
 - б) Продвижение товаров на рынке
 - в) Исследование конкурентов
 - г) Анализ избирательных округов
8. Какие каналы коммуникации наиболее эффективны в электоральном маркетинге?
- а) Социальные сети
 - б) Телевидение
 - в) Личные встречи с избирателями
 - г) Все вышеперечисленное
9. Что такое «черный PR» в контексте электорального маркетинга?
- а) Позитивное освещение кандидата
 - б) Дискредитация конкурентов
 - в) Продвижение идей кандидата
 - г) Нейтральная информация о выборах
10. Какой метод исследования используется для прогнозирования результатов выборов?
- а) Экзитполы
 - б) Фокус-группы
 - в) Контент-анализ
 - г) Наблюдение
11. Что такое «плавающий избиратель»?
- а) Избиратель, который не определился с выбором
 - б) Избиратель, который всегда голосует за одну партию
 - в) Избиратель, который не участвует в выборах
 - г) Избиратель, который голосует за независимых кандидатов
12. Какой показатель используется для измерения эффективности электоральной кампании?
- а) Уровень узнаваемости кандидата
 - б) Количество голосов, полученных на выборах
 - в) Охват аудитории в социальных сетях
 - г) Все вышеперечисленное
13. Этические аспекты электорального маркетинга
Какие из перечисленных действий считаются неэтичными в электоральном маркетинге?
- а) Распространение ложной информации о конкурентах
 - б) Использование манипулятивных технологий
 - в) Подкуп избирателей
 - г) Все вышеперечисленное

14. Какой принцип является основным в этике электорального маркетинга?

- а) Прозрачность
- б) Агрессивность
- в) Скрытность
- г) Манипуляция

15. Что такое «грязные технологии» в контексте выборов?

- а) Использование незаконных методов для влияния на результаты выборов
- б) Прозрачные и честные методы ведения кампании
- в) Социальная реклама
- г) Продвижение кандидата через СМИ

3. Вопросы для оценочного средства «Устный опрос»:

1. Определение электорального маркетинга. В чем его отличие от коммерческого маркетинга?

2. Основные цели и задачи электорального маркетинга.

3. Этапы разработки стратегии электоральной кампании.

4. Основные элементы электорального маркетинга? Раскройте их содержание.

5. Что такое сегментация избирателей? Какие критерии используются для сегментации?

6. Методы изучения целевой аудитории в электоральном маркетинге.

7. Какие группы избирателей считаются наиболее важными в избирательной кампании? Почему?

8. Какую роль играет анализ Big Data в сегментации избирателей?

9. Что такое политический брендинг? Каковы его основные элементы?

10. Опишите этапы создания и продвижения имиджа кандидата.

11. Какие факторы влияют на формирование положительного имиджа кандидата?

12. Какую роль играет личный бренд кандидата в современных избирательных кампаниях?

13. Перечислите основные каналы коммуникации в электоральном маркетинге. Какой из них наиболее эффективен и почему?

14. Что такое «черный PR» в политике? Каковы его последствия для избирательной кампании?

15. Какую роль играют социальные сети в современных избирательных кампаниях?

16. Опишите роль теледебатов в формировании общественного мнения.

17. Какие методы исследования используются в электоральном маркетинге? Опишите их преимущества и недостатки.

18. Что такое экзитполы? Как они используются в избирательных кампаниях?

19. Какую роль играют социологические опросы в прогнозировании результатов выборов?

20. Опишите, как Big Data и искусственный интеллект применяются в электоральном маркетинге.

21. Каковы основные этические принципы электорального маркетинга?

22. Что такое «грязные технологии» в избирательных кампаниях? Приведите примеры.

23. Как правовое регулирование влияет на проведение избирательных кампаний?

24. Каковы последствия использования манипулятивных технологий в электоральном маркетинге?

25. Какую роль играют наблюдатели в обеспечении честности выборов?
 26. Как искусственный интеллект меняет подходы к электоральному маркетингу?
 27. Какие новые технологии могут быть использованы в избирательных кампаниях будущего?

4. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

4.1. Порядок проведения промежуточной аттестации

Зачет в 6 семестре проводится в 2 этапа. На первом этапе студент решает 20 тестовых вопросов закрытого типа, которые предполагают выбор из нескольких вариантов ответа. На втором этапе устный опрос студента.

Зачет по дисциплине выставляется с учетом работы студента в семестре (текущая успеваемость).

4.2. Критерии оценивания текущей аттестации по видам оценочных средств.

4.2.1. Критерии оценивания эссе

Отлично /зачтено	Хорошо /зачтено	Удовлетворительно /зачтено	Неудовлетворительно /незачтено
9-8 баллов	7-5 баллов	4-3 баллов	2-0 баллов
<i>Высокий уровень освоения проверяемых компетенций</i>	<i>Средний уровень освоения проверяемых компетенций</i>	<i>Базовый уровень освоения проверяемых компетенций</i>	<i>Недостаточный уровень освоения проверяемых компетенций</i>
В работе: тезис, соответствующий теме эссе, четко сформулирован во введении, проблема, заложенная в тексте, полностью раскрыта; выдвинутый тезис логично, связно и полно доказывается в основной части; заключение содержит выводы, логично вытекающие из содержания основной части.	В работе: тезис, соответствующий теме эссе, четко сформулирован во введении, проблема, заложенная в тексте, в целом раскрыта; выдвинутый тезис доказывается в основной части логично, связно, но недостаточно полно; заключение содержит выводы, логично вытекающие из содержания основной части.	В работе: тезис во введении сформулирован нечетко или не вполне соответствует теме, проблема, заложенная в тексте, раскрыта частично; выдвинутый тезис в основной части доказывается недостаточно логично, убедительно и последовательно; выводы не полностью соответствуют содержанию основной части.	В работе: тезис во введении не сформулирован, или не соответствует теме эссе, заложенная в тексте проблема не раскрыта; в основной части нет логичного последовательного раскрытия темы; выводы отсутствуют или не связаны с аргументацией основной части.
Работа с точки зрения композиции не содержит ошибок. Текст имеет четкую логическую структуру.	В целом структура текста логична и соответствует теме, но не лишена 1–2 логических недочетов. Средства логической связи используются не всегда.	В целом текст не имеет четкой структуры. Присутствуют многочисленные нарушения связности или логики текста. Средства логической связи используются редко или не используются.	Текст не имеет четкой логической структуры. Отсутствует или неправильно выполнено смысловое членение текста, нарушающее логичность структуры. Имеются серьезные нарушения связности текста и/или

			многочисленные ошибки в употреблении средств логической связи
Демонстрируется владение терминологическим аппаратом дисциплины необходимым для раскрытия темы. Работа практически не имеет ошибок с точки зрения лексического и грамматического оформления.	Терминологический состав текста соответствует заданной теме. Наблюдаются неточности в использовании терминов. Построение грамматических структур в целом не затрудняет общее понимание текста и (или) присутствуют ошибки (3-6 на страницу).	Демонстрируется недостаточное владение терминологическим аппаратом дисциплины, необходимым для раскрытия темы. Наблюдаются ошибки в построении грамматических структур, в том числе затрудняющие общее понимание текста и (или) присутствуют ошибки (7-10 на страницу).	Демонстрируется слабое владение терминологическим аппаратом дисциплины или терминология дисциплины не использована. Наблюдаются ошибки в построении грамматических структур, в том числе значительно затрудняющие общее понимание текста и (или) присутствуют ошибки (более 10 на страницу).

4.3. Критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств.

4.3.1. Критерии оценивания теста

Отлично /зачтено	Хорошо /зачтено	Удовлетворительно /зачтено	Неудовлетворительно /не зачтено
<i>Высокий уровень освоения проверяемых компетенций</i>	<i>Средний уровень освоения проверяемых компетенций</i>	<i>Базовый уровень освоения проверяемых компетенций</i>	<i>Недостаточный уровень освоения проверяемых компетенций</i>
100–86 %	85–70 %	69–51 %	50–0 %

4.3.2 Критерии оценивания ответа при устном опросе

Отлично/зачтено/ 9-10 баллов	Хорошо/зачтено/ 7-8 баллов	Удовлетворительно/зачтено/ 5-6 баллов	Неудовлетворительно/незачтено/ 0-4 балла
Высокий уровень освоения проверяемых компетенций	Средний уровень освоения проверяемых компетенций	Базовый уровень освоения проверяемых компетенций	Недостаточный уровень освоения проверяемых компетенций
Содержание ответа соответствует вопросу, не содержит фактических ошибок, является исчерпывающим.	Содержание ответа соответствует вопросу, но содержит 1–2 погрешности ИЛИ не является исчерпывающим.	Содержание ответа в целом соответствует вопросу, но содержит ошибки И студент испытывает затруднения при ответе на дополнительные вопросы.	Содержание ответа не соответствует вопросу ИЛИ содержит большое количество грубых ошибок И студент испытывает затруднения при ответе на дополнительные вопросы.

4.4. Результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций

В 6 семестре при подведении итогов учитываются результаты текущей аттестации.

Оценка «зачтено» выставляется, если средний балл текущей успеваемости в семестре составляет от 3 до 5 баллов. Оценка «зачтено» соответствует следующим уровням сформированности компетенций: высокий, средний, базовый.

Оценка «не зачтено» выставляется, если средний балл текущей успеваемости в семестре составляет менее 3 баллов. Оценка «не зачтено» соответствует недостаточному уровню сформированности компетенций.

Особенности проведения процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья обозначены в рабочей программе дисциплины (модуля).

Уровни сформированности компетенций определяется следующим образом:

1. Высокий уровень сформированности компетенций соответствует оценке отлично:
 - предполагает формирование компетенций на высоком уровне, готовность к самостоятельной профессиональной деятельности: формируются навыки составления информационных обзоров по национальной и международной практике аудита, навыки систематизации данных, необходимых для решения экономических задач
 - студент способен аргументировать собственную точку зрения по дискуссионным вопросам дисциплины, решать ситуационные задачи, критически оценивать информацию о состоянии и проблемах развития аудиторской деятельности, формулировать собственные выводы.
2. Средний уровень соответствует оценке хорошо:
 - предполагает формирование компетенций на более высоком уровне: формируется комплексное знание особенностей применения и понимания национальных и международных стандартов аудита, умение сбора, анализа и обработки данных, необходимых для решения ситуаций в процессе аудиторских проверок;
 - студент способен давать развернутые ответы на теоретические вопросы дисциплины на уровне не ниже оценки «удовлетворительно».
3. Базовый уровень соответствует оценке удовлетворительно:
 - предполагает формирование компетенций на начальном уровне: знание основных положений национальных и международных стандартов аудиторской деятельности;
 - студент способен отвечать на вопросы в форме закрытого теста. Количество правильных ответов – не менее 50%.
4. Низкий уровень соответствует оценке неудовлетворительно.
5. .

