

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 09.07.2025 10:55:03
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов
имени Патриса Лумумбы»**

Юридический институт

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА
ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Политический менеджмент

(наименование дисциплины)

**Оценочные материалы рекомендованы МССН для направления подготовки/
специальности:**

41.03.06 Публичная политика и социальные науки

(код и наименование направления подготовки/специальности)

**Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной
образовательной программы высшего образования (ОП ВО):**

Публичная политика и управление социально-политическими проектами

(наименование (направленность) ОП ВО)

Оценочные материалы разработаны/актуализированы для учебного года:

2025/2026

(учебный год)

Москва

1. БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ/ПРАКТИКЕ

Оценивание уровня сформированности компетенций по итогам изучения дисциплины «Политический менеджмент» осуществляется в соответствии с действующей в РУДН Балльно-рейтинговой системой (БРС).

Таблица 1.1. Балльно-рейтинговая система оценивания уровня сформированности компетенций по дисциплине

[illegible]

[illegible]

УК-1.3	Раздел 12. Особенности СМИ как канала продвижения информации. Интернет.	Тема 12.2. Информационные потоки и их классификация.	1										
ОПК-4.2		Тема 12.3. Особенности Интернета и его отличия от традиционных СМИ.	1										
ОПК-6.1	Раздел 13. Управление процессами структуризации в политической кампании.	Тема 13.1. Основные задачи управления процессами структуризации.	1										
ОПК-7.2		Тема 13.2 Значимость. Корреляция.	1										
ОПК-4.3		Тема 13.3 Адресные группы. Доступность воздействия.	1										
ПК-1.2	Раздел 14. Формирование политической идентичности в политических кампаниях.	Тема 14.1. Виды идентичности.	1										
ПК-1.2		Тема 14.2. Политическая идентичность.	1										
ПК-1.2		Тема 14.3. Основные направления формирования политической идентичности.	1										
ОПК-7.2	Раздел 15. Массовые мероприятия и формирование политической идентичности.	Тема 15.1. Основные виды массовых мероприятий и их цели в политической кампании.	1										
ОПК-7.2		Тема 15.2. Митинги, шествия и обеспечение явки на них.	1										
ОПК-7.1	Раздел 16. Конкурентная среда политической кампании.	Тема 16.1. Конкурентная политическая среда, её оценка.	1										
УК-1.3		Тема 16.2. Сбор и анализ информации о соперниках.	1										
ОПК-7.1		Тема 16.3. Способы снижения негативного воздействия конкурентной среды.	1										
ОПК-7.1	Раздел 17. Проектирование политической кампании	Тема 17.1. Понятие проекта политической кампании.	1										
ПК-1.1		Тема 17.2. . Стратегия и тактика политической кампании.											
ОПК-6.3	Раздел 18. Политический менеджмент и этические проблемы	Тема 18.1. Основные этические проблемы политического управления их классификация и характеристики.	1										
ОПК-6.3		Тема 18.2. Хартия «Политические консультанты за честные выборы».											
	ИТОГО	100	50					20				30	100

2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ/ПРАКТИКЕ

2.1. УСТНЫЙ ОПРОС

Раздел 1. Политический менеджмент: понятие, сущность, его роль в современном обществе

Тема 1.1. Что такое политический менеджмент.

Тема 1.2. Возрастание роли политического менеджмента в современных условиях.

Раздел 2. Характеристика основных видов политического менеджмента.

Тема 2.1. Виды политического менеджмента. Аналитика. Политическая реклама. PR.

Тема 2.2. Имиджмейкинг. Спичрайтинг. Массовые акции.

Раздел 3. Специфика и структура научного знания о политическом менеджменте.

Тема 3.1. Объект и предмет теории политического менеджмента.

Раздел 4. Теоретические и эмпирические методы в политическом менеджменте.

Тема 4.1. Структурализм.

Тема 4.2. Функционализм.

Тема 4.3. Топологический анализ.

Тема 4.4. Системный анализ.

Раздел 5. Политическая кампания как вид управленческих отношений.

Тема 5.1. Определение.

Тема 5.2. Специфика.

Тема 5.3. Парадоксальность.

Тема 5.4. Модель политической кампании.

Раздел 6. Мотивация политического действия.

Тема 6.1. Основные направления исследования

Тема 6.2. Теория потребностей

Тема 6.3. Социализация

Тема 6.4. Объективное и субъективное интерпретирование ситуации.

Раздел 7. Когнитивная теория мотивации политического действия.

Тема 7.1. Информация. Фиксация информации.

Тема 7.2. Стимулирующее воздействие. Вовлеченность.

Тема 7.3. Категоризация.

Тема 7.4. Я-образ.

Раздел 8. Основные задачи управления мотивационными действиями в политических кампаниях.

Тема 8.1. Политико-технологический процесс. Задачи.

Тема 8.2. Порог внимания.

Тема 8.3. Атрибуция.

Тема 8.4. Эмоции. Память.

Раздел 9. Основные задачи управления коммуникационными процессами в политическом менеджменте.

Тема 9.1. Инициация. Производство информации.

Тема 9.2. Кодирование. Продвижение.

Тема 9.3. Декодирование. Обратная связь.

Раздел 10. Убеждающая коммуникация.

Тема 10.1. Борьба за внимание общественности.

Тема 10.2. Распространение информации.

Тема 10.3. Элементы процесса коммуникации.

Раздел 11. Основные каналы продвижения информации в политических кампаниях.

Политическая реклама как канал (способ) продвижения информации.

Тема 11.1. Политическая реклама и её классификации.

Тема 11.2. Способы передачи информации.

Тема 11.3. Виды носителей политической рекламы их достоинства и недостатки.

Тема 11.4. Межгосударственное сотрудничество с позиций современной теоретической мысли.

Раздел 12. Особенности СМИ как канала продвижения информации. Интернет.

Тема 12.1. Виды СМИ и их особенности.

Тема 12.2. Информационные потоки и их классификация.

Тема 12.3. Особенности Интернета и его отличия от традиционных СМИ.

Раздел 13. Управление процессами структуризации в политической кампании.

Тема 13.1. Основные задачи управления процессами структуризации.

Тема 13.2. Значимость. Корреляция.

Тема 13.3. Адресные группы. Доступность воздействия.

Раздел 14. Формирование политической идентичности в политических кампаниях.

Тема 14.1. Виды идентичности.

Тема 14.2. Политическая идентичность.

Тема 14.3. Основные направления формирования политической идентичности.

Раздел 15. Массовые мероприятия и формирование политической идентичности.

Тема 15.1. Основные виды массовых мероприятий и их цели в политической кампании.

Тема 15.2. Митинги, шествия и обеспечение явки на них.

Раздел 16. Конкурентная среда политической кампании.

Тема 16.1. Конкурентная политическая среда, её оценка.

Тема 16.2. Сбор и анализ информации о соперниках.

Тема 16.3. Способы снижения негативного воздействия конкурентной среды.

Раздел 17. Проектирование политической кампании

Тема 17.1. Понятие проекта политической кампании.

Тема 17.2. . Стратегия и тактика политической кампании.

Раздел 18. Политический менеджмент и этические проблемы

Тема 18.1. Основные этические проблемы политического управления их классификация и характеристики.

Тема 18.2. Хартия «Политические консультанты за честные выборы».

Таблица 2.1. Шкала и критерии оценивания устного опроса

Критерии оценивания	Ответ не соответствует критерию	Ответ частично соответствует критерию	Ответ полностью соответствует критерию
Дан развернутый ответ на вопрос	0	0,1	0,25
Изложение материала логично, грамотно	0	0,1	0,25
Свободное владение терминологией	0	0,1	0,25
Умение высказывать и обосновать свои суждения при ответе на вопрос	0	0,1	0,25
	0	0,4	1

2.2. ДОКЛАД

ДОКЛАД используется для оценки качества освоения обучающимися части учебного материала дисциплины и уровня сформированности соответствующих компетенций (части компетенции). Содержание и форма доклада приводится в соответствующих Методических указаниях, размещенных на странице дисциплины в ТУИС. Доклад оценивается до 20 баллов по следующим критериям (таблица 2.1.). Шкала и критерии оценивания доклада доводятся до сведения обучающихся в начале каждого занятия.

Перечень тем докладов, предусмотренных к выполнению в рамках освоения дисциплины «Политический менеджмент»:

- 1 Сущность политического управления.
- 2 Политический менеджмент: понятие, сущность, его роль в современном обществе.
- 3 Характеристика основных видов политического менеджмента
- 4 Специфика и структура научного знания о политическом менеджменте.
- 5 Теоретические и эмпирические методы в политическом менеджменте
- 6 Политическая кампания как вид управленческих отношений.
- 7 Мотивация политического действия
- 8 Основные задачи управления коммуникационными процессами в политическом менеджменте
- 9 Убеждающая коммуникация
- 10 Основные каналы продвижения информации в политических кампаниях
- 11 Политическая реклама как канал (способ) продвижения информации.
- 12 Особенности СМИ как канала продвижения информации
- 13 Особенности Интернета как канала продвижения информации
- 14 Управление процессами структуризации в политической кампании.
- 15 Формирование политической идентичности в политических кампаниях.
- 16 Массовые мероприятия

- 17 Особенности формирования политической идентичности в современной России
- 18 Конкурентная среда политических кампаний.
- 19 Проект политической кампании.
- 20 Этические проблемы в политическом менеджменте
- 21 Роль политического менеджмента в современном политическом процессе.
- 22 Особенности современного рынка консалтинговых услуг в современной России
- 23 Проблемы манипулирования в политических кампаниях.
- 24 Ресурсы политической кампании и их эффективное использование

Таблица 2.2. Шкала и критерии оценивания доклада

Критерии оценивания	Ответ не соответствует критерию	Ответ частично соответствует критерию	Ответ полностью соответствует критерию
Постановка темы доклада, её актуальность научная и практическая значимость, оригинальность.	0	1-3	4
Содержание доклада: относительный уровень сложности, научность и глубина рассматриваемых фактов, методов и приемов решений и доказательств.	0	1-3	4
Изложение доклада: свободное владение материалом, научной терминологией; понимание содержания и значимости выводов и результатов исследования.	0	1-3	4
Наглядность, последовательность и четкость изложения; риторические способности.	0	1-3	4
Ответы на вопросы.	0	1-3	4
ИТОГО	0	5-15	20

3. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ/ПРАКТИКЕ

Промежуточная аттестация по дисциплине «Политический менеджмент» проводится в форме аттестационного испытания **по окончании семестра**. Виды аттестационного испытания – **ЗАЧЕТ С ОЦЕНКОЙ** (в соответствии с утвержденным учебным планом).

Аттестационное испытание проводится по билетам, содержащим два вопроса по курсу дисциплины. По результатам аттестационного испытания обучающийся может получить от 1 до 30 баллов.

Вопросы для подготовки к аттестационному испытанию по дисциплине
«Политический менеджмент»:

1. Автоматизм поступков, как составляющая когнитивного процесса.
2. Актуализация мотива, как способ подталкивания индивида к политическому действию.
3. Атрибуция, как инструмент определения ситуации.
4. Бихевиоральная теория. Определение и сущность.
5. В результате каких процессов политический менеджмент обретает масштабный характер в XIX – XX в.в.?
6. В чем различие между распространением информации и коммуникацией?
7. Воздействие на процесс интерпретации ситуации, как задача управления мотивацией.
8. Выбор средств и путей достижения цели, как составляющая когнитивного процесса.
9. Выделите основные носители политической рекламы и кратко охарактеризуйте их.
10. Выделите основные особенности политической рекламы и кратко охарактеризуйте их.
11. Выделите основные отличия Интернет от традиционных СМИ и перечислите возможные виды коммуникационного взаимодействия в глобальной сети.
12. Дайте определение термина «научное знание о политическом менеджменте».
13. Дайте определение терминам «информационный поток» и «информационный повод» и перечислите их принципиальные отличия.
14. Дайте определение термину «политический менеджмент».
15. Дайте определение термину «проект политической кампании» и укажите обязательные разделы, которые входят в него.
16. Дайте определение термину «стратегия политической кампании» и перечислите основные составляющие ее структуры.
17. Дайте определение термину «тактика политической кампании» и перечислите круг проблем, которые она призвана решать.
18. Дайте определение термину «убеждающая коммуникация», перечислите и кратко охарактеризуйте ее основные виды.
19. Декодирование сообщения, как элемент процесса коммуникации.
20. Диспозиционная теория личности. Определение и сущность.
21. Информация, как одна из составляющих когнитивного процесса.
22. Источник сообщения, как элемент процесса коммуникации.
23. Категоризация, как инструмент определения ситуации.
24. Когнитивная теория. Определение и сущность.
25. Кодирование сообщения, как элемент процесса коммуникации.
26. Мотивация. Сущность, основные теории мотивации и их краткие характеристики.
27. Определение ситуации, как составляющая когнитивного процесса.
28. Основные задачи PR специалистов в избыточной информационной среде.
29. Основные предпосылки индивида для совершения политического действия. Краткие характеристики.
30. Основные этапы когнитивного процесса. Краткая характеристика.
31. Осознание мотива, как составляющая когнитивного процесса.
32. Перечислите возможные последствия работы журналистов с информацией и определите основные направления работы политтехнологов с журналистами.
33. Перечислите и кратко охарактеризуйте барьеры на пути коммуникации.

34. Перечислите и кратко охарактеризуйте виды действия индивидов в рамках политического управления.
35. Перечислите и кратко охарактеризуйте научные методы, которые позволяют изучить политическое управление, как объективное социальное явление.
36. Перечислите и кратко охарактеризуйте научные методы, которые позволяют изучить политический менеджмент, как особый вид политических взаимодействий.
37. Перечислите и кратко охарактеризуйте основные виды различий между научным и обыденным знанием.
38. Перечислите и кратко охарактеризуйте основные виды управления в политике.
39. Перечислите и кратко охарактеризуйте основные задачи субъекта управления коммуникационными процессами в политическом менеджменте.
40. Перечислите и кратко охарактеризуйте основные закономерности, касающиеся убеждения.
41. Перечислите и кратко охарактеризуйте основные принципы коммуникативных взаимоотношений.
42. Перечислите и кратко охарактеризуйте основные требования к проекту политической кампании.
43. Перечислите и кратко охарактеризуйте основные условия для принятия группового решения.
44. Перечислите и кратко охарактеризуйте основные установки для достижения влияния на общественное мнение.
45. Перечислите и кратко охарактеризуйте последствия принятого сообщения.
46. Перечислите и кратко охарактеризуйте стадии процесса инструктирования.
47. Перечислите и кратко охарактеризуйте стадии процесса информирования.
48. Перечислите и кратко охарактеризуйте стадии процесса убеждения.
49. Перечислите и кратко охарактеризуйте элементы процесса коммуникации.
50. Перечислите основные виды политического менеджмента.
51. Перечислите основные виды СМИ и выделите их положительные и отрицательные качества.
52. Перечислите основные задачи управления мотивационными действиями в политических кампаниях и кратко охарактеризуйте их.
53. Перечислите основные задачи, решаемые политико-технологическим управлением.
54. Перечислите основные приемы для введения общественного мнения в заблуждение.
55. Перечислите основные профессии (виды деятельности) используемые для достижения результата в политическом управлении.
56. Перечислите основные типологии классификации политической рекламы и кратко охарактеризуйте их.
57. Перечислите особенности Интернет, как канала коммуникации.
58. Политическая кампания. Определение и сущность.
59. Получатель сообщения, как элемент процесса коммуникации.
60. Получение обратной связи, как задача субъекта управления коммуникационными процессами.
61. Постановка цели, как составляющая когнитивного процесса.
62. Приведите основные определения термина «политическая реклама» и кратко охарактеризуйте их.

63. Принципиальные особенности, которые отличают политический менеджмент от государственного управления.
64. Принятие информации, как составляющая когнитивного процесса.
65. Продвижение информации, как задача субъекта управления коммуникационными процессами.
66. Производство информации, как задача субъекта управления коммуникационными процессами.
67. Психодинамическая теория личности. Определение и сущность.
68. Системный анализ. Определение и краткая характеристика метода.
69. Содержание взаимоотношений, как элемент процесса коммуникации.
70. Сообщение, как элемент процесса коммуникации.
71. Социализация. Определение и сущность.
72. Социальное окружение, как элемент процесса коммуникации.
73. Способы и методы влияния на память индивида.
74. Способы и методы влияния на порог внимания.
75. Способы и методы влияния на процесс атрибуции.
76. Способы и методы влияния на процессы категоризации.
77. Способы и методы влияния на эмоциональные процессы.
78. Структурализм. Определение и краткая характеристика метода.
79. Субъект и объект управления в политической кампании. Отличительные особенности от других видов управления.
80. Сущность когнитивной теории мотивации политического действия.
81. Теория потребностей. Типология потребностей.
82. Теория рационального выбора и теория обмена. Определение и сущность.
83. Топологический анализ. Определение и краткая характеристика метода.
84. Устранение шумов, как задача субъекта управления коммуникационными процессами.
85. Факторы, влияющие на привлечение внимания индивида.
86. Функционализм. Определение и краткая характеристика метода.
87. Ценностные ориентации, убеждения и стереотипы, как задача управления мотивацией.
88. Чем отличаются информирование, инструктирование и убеждение в процессе взаимодействия субъекта и объекта управления?
89. Что важнее в политическом управлении: знание, основанное на практическом опыте или научное знание?
90. Я-образ. Определение и сущность.

Таблица 3.1. Шкала и критерии оценивания ответов обучающихся на аттестационном испытании

Критерии оценки ответа	Баллы		
	Ответ не соответствует критерию	Ответ частично соответствует критерию	Ответ полностью соответствует критерию
Обучающийся дает ответ без наводящих вопросов преподавателя	0	1-5	6

Обучающийся практически не пользуется подготовленной рукописью ответа	0	1-5	6
Ответ показывает уверенное владение обучающего терминологическим и методологическим аппаратом дисциплины/модуля	0	1-5	6
Ответ имеет четкую логическую структуру	0	1-5	6
Ответ показывает понимание обучающимся связей между предметом вопроса и другими разделами дисциплины/модуля и/или другими дисциплинами/модулями ОП	0	1-5	6
ИТОГО		5-25	30