

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет психологии

УТВЕРЖДЕНО:  
Декан  
В.В. Мацура

Оценочные материалы по дисциплине

Выборные технологии

по направлению подготовки / специальности

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Направленность (профиль) подготовки/ специализация:  
**Реклама и связи с общественностью: цифровые и сетевые коммуникации**

Форма обучения  
**Очная**

Квалификация  
**Специалист по рекламе и связям с общественностью**

Год приема  
**2025**

СОГЛАСОВАНО:  
Руководитель ОП  
И.В.Гужова

Председатель УМК  
М.А.Подойницина

Томск – 2025

## **1. Компетенции и индикаторы их достижения, проверяемые данными оценочными материалами**

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

РОУК-3.1 Знает основные понятия права и государства, основы государственно-политического устройства и законодательства, сущность коррупционного поведения и его взаимосвязь с социальными, экономическими, политическими и иными условиями.

РОУК-3.2 Умеет использовать правовые знания и нормы, знание истории, функционирования ее политико- правовой системы для формирования правосознания и отстаивания гражданской позиции; различать интересы государства, отдельных социальных групп, человека и общества в социальных, экономических, политических ситуациях для понимания норм ответственного гражданского и профессионального поведения и противодействия проявления экстремизма, терроризма и коррупции

## **2. Оценочные материалы текущего контроля и критерии оценивания**

Элементы текущего контроля:

- доклады;
- ролевые игры;
- решение практических заданий.

*Типовые темы для доклада (РОУК-3.1):*

1. Экспертное политическое знание.
2. Политические технологии как объект консультирования.
3. Советник и политический консультант как субъекты политического анализа.
4. Ролевые и статусные позиции политического аналитика.
5. Этика консалтинга.

Критерий оценки: 3 балла – материал изложен исчерпывающе, грамотно и логически стройно, при этом обучающийся не затрудняется с ответом на дополнительный вопрос, проявляет знакомство с литературой, правильно обосновывает принятые решения, делает собственные выводы. 2 балла – материал изложен верно, грамотно и по существу, без существенных неточностей в ответе на вопросы, но выводы не в полной мере аргументированы. 1 балл – продемонстрированы знания только основного материала, без деталей, допускаются неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушена последовательность в изложении материала.

*Типовые задачи для групповой и индивидуальной работы (РОУК-3.2):*

1. Поделиться на группы по 6 человек для выполнения группового поискового задания. Каждая группа выбирает кандидата или партию, участвующих в выборах за последние 4 года (нужно взять одну конкретную избирательную кампанию). По материалам открытых источников собирается информацию по следующим критериям:

- Тип выборов, в которых принимал участие кандидат (партия): по типологиям из первой лекции.
- Краткое представление кандидата / партии (описание базовых характеристик).
- Анализ ведения кампании: описание стратегии, тактики, используемых технологий.
- Избирательная система (система подсчета голосов). Итоги выборов.
- Оценка эффективности избирательной кампании: допущенные ошибки,

успех.

Форма представления ответов: доклад-презентация до 8 минут + ответы на вопросы.

Система оценки доклада: по одному баллу за каждый пункт (при условии полного и верного раскрытия). Итого – 5 баллов.

2. «Исходным материалом» для формирования положительного образа с одной стороны, является кандидат: его реальная личность, биография, политические убеждения (если таковые имеются). С другой стороны – избиратели; точнее – набор стереотипов избирателей, проявляющийся при голосовании. Сформировать образ – значит «наложить» кандидата на избирателей: определить, какому из стандартных типажей в наибольшей степени соответствует его личность и биография.

Задание: Охарактеризуйте указанные ниже номинации положительных качеств кандидата. Поясните, какие образы хорошо работают в России на выборах федерального уровня. Набор номинаций собирательного образа: «Сильная личность», «Самый честный», «Чудотворец», «Победитель», «Самый умный», «Борец». Выберите один из образов и подготовьте небольшую речь и сформируйте агитку, отражающие выбранный образ. При выполнении задания, ориентируйтесь, что выборы проходят на территории Томской области. И это выборы губернатора Томской области. Используйте рекомендуемую литературу.

Критерии оценки: верное раскрытие предложенные образы – 2 балла (минус 1 балл за каждый неверный образ); аргументированное изложение позиции о том, какие образы работают на выборах федерального уровня – 2 балла (минус 1 балл, если в аргументе не используется предложенный теоретический материал); речь, соответствующая выбранному образу – 2 балла (минус 1 балл при неточностях, не искажающих восприятие образа, либо если образ раскрыт не полностью); агитационной материал, отражающий выбранный образ и посыл – 2 балла (минус 1 балл при неточностях, не искажающих восприятие образа, либо если образ раскрыт не полностью).

#### *Типовые задания для деловой игры (РОУК-3.2):*

Цель игры – познакомить участников и зрителей с процедурами, составляющими процесс ведения предвыборных кампаний, а также популяризовать выборы как институт прямой демократии.

Задание к самостоятельной работе. Участники игры делятся на две команды (два предвыборных штаба) и в течение 3-х недель ведут предвыборную агитацию с использованием ресурсов сети Интернет. Игра состоит из трех этапов: выдвижение кандидатов в депутаты; предвыборная агитация; голосование.

Критерии оценки заданий: каждое задание оценивается по набору предъявляемых к нему критериев в баллах, общая сумма которых не превышает 40. Для перевода в 10-балльную систему набранное количество баллов делится на 10.

### **3. Оценочные материалы итогового контроля (промежуточной аттестации) и критерии оценивания**

Зачет в седьмом семестре проводится в устной форме и состоит из двух теоретических вопросов. Продолжительность зачета в части ответа на вопросы билета – 1 час. Итоговая оценка выставляется по сумме набранных баллов за текущий контроль и устный зачет.

Примерные теоретические вопросы к зачету

1. Типы избирательных систем и их характеристика.
2. Типологии выборов.

3. Принципы избирательного права.
4. Вида избирательных прав и цензы.
5. Стадии избирательного процесса.
6. Понятие избирательной кампании и ее стадии.
7. Структура избирательного штаба.
8. Проблема устойчивости штабов.
9. Характеристика участников избирательной кампании.
10. Понятие стратегии и тактики избирательной кампании, их содержание.
11. Анализ обстановки как основа для разработки стратегии.
12. Модели избирателя и подход к формированию стратегии избирательной кампании.
13. Определение основных проблем избирательной кампании.
14. Определение ключевой идеи избирательной кампании, действий по отношению к конкурентам, формулировка тем.
15. Тактический рисунок избирательной кампании.
16. Агитационно-рекламное направление тактики избирательной кампании: основные мероприятия.
17. Организационно-массовое направление тактики избирательной кампании: основные мероприятия.
18. Виды выборных технологий.
19. Условия и специфика применения выборных технологий.
20. Универсальные выборные технологии (исследовательские, canvassing, рекламные, массовые акции, психотехнологии).
21. Универсальные выборные технологии («черные технологии», юридические, технологии формирования политического ландшафта, интернет-технологии, GR-технологии).
22. Специфические избирательные технологии.
23. Политические проекты.
24. Блокчейн, парсинг и микротаргетинг как новейшие выборные технологии.
25. Технологии противодействия нападкам со стороны конкурентов.
26. Этика избирательной кампании.
27. Примеры избирательных кампаний в Российской Федерации.
28. Образ и имидж кандидата в рамках избирательной кампании: типы и роль.
29. Выборные и коммерческие технологии: общее и различное.

Критерии оценки ответов на вопросы к зачету.

(4 балла) - выставляется обучающемуся, усвоившему программный материал, исчерпывающе, грамотно и логически стройно его излагающему. При этом обучающийся не затрудняется с ответом на дополнительный вопрос, проявляет знакомство с литературой, правильно обосновывает принятые решения, делает собственные выводы.

(3 балла) - выставляется обучающемуся, твердо знающему программный материал, грамотно и по существу излагающего его, без существенных неточностей в ответе на вопрос, но не в полной мере способного аргументировать собственные выводы.

(2 балла) - выставляется обучающемуся, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его детали, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения последовательности в изложении материала и испытывает трудности в выполнении практических заданий.

(1 балл) - выставляется обучающемуся, который не усвоил значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, не умеет аргументировать собственный ответ, однако способен продемонстрировать отдельные знания по предмету.

(0 балл) - выставляется обучающемуся, который не усвоил значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, не умеет аргументировать собственный ответ.

**Итоговая оценка** складывается из суммы баллов, набранных за устный зачет (не более 4), и баллов, набранных за выполнение заданий (не более 6). Общая сумма баллов не может превышать 10.

Результаты зачета с оценкой определяются оценками «зачтено», «не засчитано».

Порядок расчета:

Оценка в 10-ти балльной системе	Оценка, соответствующая традиционной системе
10	Зачтено
9	
8	
7	Не засчитано
6	
5	
4	
3	
2	
1	
0	

#### **4. Оценочные материалы для проверки остаточных знаний (сформированности компетенций)**

Теоретические вопросы:

1. Характеристика избирательного процесса Российской Федерации.
2. Функциональная структура избирательного штаба и место в ней агитационно-рекламного направления.
3. Стратегическое содержание избирательной кампании.
4. Тактическое содержание избирательной кампании.
5. Виды и специфика применения избирательных технологий.
6. Универсальные и специфические избирательные технологии.

Список литературы:

1. Чуев С. В. Политический менеджмент. Коммуникативные технологии : Учебное пособие для вузов / Чуев С. В.. Москва : Юрайт, 2022. 244 с
2. Евдокимов В. А. Массмедиа как сфера применения политических технологий : Учебное пособие. Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022. 230 с.
3. Современные избирательные системы. Вып. 16 / Н. А. Филин, В. О. Кокликов, А. С. Ходунов [и др.] ; науч. ред. В. И. Лафитский ; Центр. избирательная комиссия Рос. Фед., Рос. центр обучения избирательным технологиям при Центр. избират. комиссии Российской Федерации. Москва : РЦОИТ, 2021. 550 с.
4. Фельдман П. Я. Технологии вмешательства в выборы: научное осмысление в поисках семантической определенности / П. Я. Фельдман, А. В. Федякин, Д. А. Ежов // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2019. № 50. С. 210-218.

**Критерии:** ответ на вопрос должен полностью раскрывать тему и опираться на предложенную литературу.

**Кейс:**

Вы работаете в рекламно-агитационном отделе избирательного штаба беспартийного кандидата Юрия Иванова, баллотирующегося в Законодательную Думу Томской области. Руководитель штаба сообщает Вам, что один из сотрудников штаба – тридцатилетняя волонтер Анна Петрова – тайно работает на оппонентов. Более того, есть информация, что готовится провокация: подставная сотрудница должна публично заявить о жестоком обращении с ней в штабе и объявить о своем увольнении. Скорее всего, это случится через 2 дня. Заказчик провокации известен – это беспартийный кандидат Андрей Сидоров. Публичное обвинение со стороны Анны может нанести вред репутации кандидата Юрия Иванова, поэтому руководитель штаба хочет разработать план превентивных действий.

**Какие меры в рамках рекламно-агитационного направления вы можете предложить?**

**Критерии:** при оценке следует учитывать эффективность предложенного решения (снижение негативных последствий), креативность (решение не должно ограничиваться формально-юридическими действиями, например, увольнением), возможность извлечь выгоду из ситуации (предлагаются дополнительные последствия, имеющие позитивное влияние на кампанию кандидата) и аргументированность ответов. При удовлетворении хотя бы трем из четырех предложенными критериям кейс считается решенным.

### **Информация о разработчиках**

Краснопёров Антон Юрьевич, кандидат политических наук, Национальный исследовательский Томский государственный университет, доцент кафедры социальных коммуникаций факультета психологии.