

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий
Дата подписания: 25.05.2026 11:02:30
Уникальный программный ключ:
d72783635b7f7c872e79a746e849dcb1abc6ab7a

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**
**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования**
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Высшей школы
креативных индустрий
Садыкова Алёна Григорьевна

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
Прикладные политические коммуникации и политконсалтинг

Направление подготовки	42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	«PR в государственных и бизнес-структурах»
Год начала обучения	2026
Форма обучения	очная
Реализуется в семестре	6

Введение

1. Назначение фонда оценочных средств по дисциплине «Политический консалтинг» – выявление уровня сформированности компетенций по дисциплине.

2. ФОС является приложением к программе дисциплины «Политический консалтинг».

3. Разработчик: Заможных Елена Александровна, доцент департамента медиакоммуникаций.

4. Проведена экспертиза ФОС. Члены экспертной группы, проводившие внутреннюю экспертизу:

Председатель: Рубежной А.А., председатель УМК Высшей школы креативных индустрий.

Члены комиссии: Лупандина Н.Д., зам. директора ВШКИ по учебной работе;

Горбачев А.М., директор департамента медиакоммуникаций.

Представитель организации-работодателя: Коршунова Полина Ивановна, главный специалист Службы общественных связей Ставропольского РФ АО «Россельхозбанк».

Экспертное заключение: ФОС соответствует ОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Маркетинговые коммуникации в сфере рекламы и связей с общественностью», «PR в государственных и бизнес-структурах», «Рекламные технологии» и рекомендуется для выявления уровня сформированности компетенций по дисциплине.

5. Срок действия ФОС определяется сроком реализации образовательной программы.

1. Описание показателей и критериев оценивания на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Компетенция (ии), индикатор (ы)	Уровни сформированности компетенци(ий)			
	Минимальный уровень не достигнут (Неудовлетворительно) 2 балла	Минимальный уровень (удовлетворительно) 3 балла	Средний уровень (хорошо) 4 балла	Высокий уровень (отлично) 5 баллов
<i>ОПК-2</i>				
Результаты обучения по дисциплине: <i>ИД-1 ОПК-2</i> Знает об особенностях освещения общественных и государственных институтов в медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.	Не знает об особенностях освещения общественных и государственных институтов в медиатекстах и медиапродуктах, не используют базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере	Не в полной мере знает об особенностях освещения общественных и государственных институтов в медиатекстах и медиапродуктах, не использует базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере	В достаточной степени знает об особенностях освещения общественных и государственных институтов в медиатекстах и медиапродуктах, использует базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере	На высоком уровне знает об особенностях освещения общественных и государственных институтов в медиатекстах и медиапродуктах, использует базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере
<i>ИД-2 ОПК-2</i> Умеет освещать деятельность общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах, с учетом тенденций их развития.	Не умеет освещать деятельность общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и коммуникационных продуктах, с учетом тенденций их развития	Не достаточно полно умеет освещать деятельность общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и коммуникационных продуктах, с учетом тенденций их развития	Достаточно полно умеет освещать деятельность общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и коммуникационных продуктах, с учетом тенденций их развития	На высоком уровне освещать деятельность общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и коммуникационных продуктах, с учетом тенденций их развития
<i>ИД-3 ОПК-2</i> Владеет навыками освещения деятельности общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных про-	Не владеет навыками освещения деятельности общественных и государственных институтов в коммуникационных продуктах, с учетом тенденций их развития, не используют базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного	Не достаточно полно владеет навыками освещения деятельности общественных и государственных институтов в коммуникационных продуктах, с учетом тенденций их развития, не использует базовые навыки и креатив-	Достаточно полно владеет навыками освещения деятельности общественных и государственных институтов в коммуникационных продуктах, с учетом тенденций их развития, использует базовые навыки и креативные техно-	На высоком уровне владеет навыками освещения деятельности общественных и государственных институтов в коммуникационных продуктах, с учетом тенденций их развития, использует базовые навыки и креативные техно-

дуктах, с учетом тенденций их развития.	продукта в социальной и профессиональной сфере	ные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере	логии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере	логии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере
---	--	--	---	---

Оценивание уровня сформированности компетенции по дисциплине осуществляется на основе «Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры - в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «северо-кавказский федеральный университет» в актуальной редакции.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Номер задания	Правильный ответ	Содержание вопроса	Компетенция
1.	Б	Политический консультант – это: А) политический советник; Б) специалист в области политического консалтинга; В) советник субъекта политики.	ОПК-2
2.	А	Политический консалтинг – это: А) деятельность специализированных компаний и специалистов по оказанию субъектам политики непосредственной помощи в виде советов и рекомендаций; Б) вид политической деятельности; В) проведение политических консультаций.	ОПК-2
3.	б	Политическое консультирование появилось... а) в эпоху феодализма; б) с возникновением политической жизни; в) в буржуазную эпоху.	ОПК-2
4.	XX веке	Политический консалтинг как вид деятельности окончательно сложился в ### веке	ОПК-2
5.	Б	Политический консалтинг как вид деятельности появился: А) в Западной Европе; Б) в США; В) в Азии.	ОПК-2
6.	Б	К национальным моделям политического консалтинга относятся: А) американская, английская, французская и германская; Б) американская и европейская; В) американская, латиноамериканская и европейская.	ОПК-2
7.	XX веке	Политический консалтинг зародился в России в 90-ые годы ### века.	ОПК-2
8.	В	Основное действующее лицо в политическом консультировании: А) предвыборный штаб кандидата (партии); Б) доверенные лица кандидата; В) консалтинговая фирма.	ОПК-2
9.	Б	Консалтинговая фирма: А) учреждение по оказанию политических консультаций; Б) специализированная компания по консультированию субъектов политики, разработки и применению политических технологий в политических процессах; В) учреждение по разработке политических технологий в избирательных кампаниях.	ОПК-2
10.	Субъектом	Вставьте пропущенное слово:	ОПК-2

		### политического консалтинга выступает политический консультант или консалтинговая фирма.	
11.		Кто или что могут являться объектами политического консультирования?	ОПК-2
12.	В	Конечный результат деятельности политического консультанта: А) полное или частичное решение проблемы; Б) проблема не решена или создана искусственно; В) все перечисленное выше.	ОПК-2
13.	политического консультирования	Обязательное условие подготовки специалиста по связям с общественностью – это знание основ...	ОПК-2
14.		Дайте определение понятия «Политические технологии»	ОПК-2
15.		Чем обусловлена необходимость появления и применения политических технологий?	ОПК-2
16.	политических	Политический анализ – это метод исследования ### явлений и процессов путем их расчленения, разложения и дифференциации на составные элементы в целях выявления их сущностного содержания, взаимодействия и динамики	ОПК-2
17.		Установите последовательность этапов технологии политического анализа: А) моделирование проблемы Б) концептуализация проблемы В) выбор методов анализа и технологий решения проблем Г) составление программы исследования	ОПК-2
18.		Политическое прогнозирование – это...	ОПК-2
19.	прогнозов	Типы политических ### - плановый и нормативный, самосбывающийся и самопроверяющийся, оперативный, краткосрочный, среднесрочный, долгосрочный и дальнесрочный.	ОПК-2
20.	моделирования	Формы прогнозного ### – это словесное и математическое описание, графическое представление и блок-схемы.	ОПК-2
21.	менеджмент	Политическое управление – это совокупность принципов, методов, средств и форм осуществления политической власти, т.е. политический ###	ОПК-2
22.	В	Основные методы политического менеджмента: А) идейно-политическое манипулирование и моральное воздействие на сознание граждан, правовое регулирование, насилие и применение карательно-силовых средств; Б) политическое манипулирование, принудительная мобилизация и административная регламентация; В) все перечисленное.	ОПК-2
23.	формы	Основные ### политического менеджмента – это господство, управление, организация и контроль	ОПК-2
24.	А	Уровни политического управления: А) государственное, партийное, общественное; Б) гражданское и военное;	ОПК-2

		В) государственное и муниципальное.	
25.	А	Субъекты политического управления: А) глава государства, парламент, правительство, руководящий орган политической партии, лидер политической партии; Б) органы государственной власти; В) региональные руководители	ОПК-2
26.		Обеспечение социального прогресса, оптимизация политических конфликтов, консолидация общества, снижение элементов стихийности политических процессов и их урегулированность, эффективность политической жизни – это ###.	ОПК-2
27.	Б	Политическое решение: А) решение политического руководства страны; Б) сознательный выбор одного из не менее двух возможных вариантов политических действий; В) решение государственного и партийного руководства.	ОПК-2
28.	В	Типы политических решений: А) законы, указы главы государства, решения и постановления высших органов законодательной, исполнительной и судебной власти, решения, принимаемые непосредственно гражданами на выборах и референдумах; Б) решения высших и региональных органов политических партий и общественных организаций, решения местных органов власти; В) все перечисленное.	ОПК-2
29.		Опишите последовательность этапов технологии принятия политических решений.	ОПК-2
30.		Опишите последовательность функциональных фаз политического решения.	ОПК-2
31.	L1: рационально-универсальный (метод «корней»); L2: последовательных ограниченных изменений (метод «ветвей»); L3: компромисс; L4: консенсус ; L5: гегемония; R1: вычленение приоритетных проблем и выбор путей их решения; R2: мелкие, частичные изменения; R3: взаимные уступки; R4: согласие;	Соответствия между методами принятия политических решений и их сутью: 1: рационально-универсальный (метод «корней»); 2: последовательных ограниченных изменений (метод «ветвей»); 3: компромисс; 4: консенсус ; 5: гегемония; 1: согласие; 2: взаимные уступки; 3: вычленение приоритетных проблем и выбор путей их решения; 4: мелкие, частичные изменения; 5: навязывание своей воли.	ОПК-2

	R5: навязывание своей воли.		
32.	напряженность	Политическая ### - это беспокойная, готовая раз-разится чем-нибудь неприятным нестабильная ситуация в отношениях политических субъектов, требующая постоянного внимания и сосредоточения сил.	ОПК-2
33.		Политический кризис – это...	ОПК-2
34.	А	Разновидности внутривнутриполитического кризиса: А) правительственный, парламентский, конституционный, общенациональный, партийный, кризис отношений между субъектами политики; Б) межгосударственный, межправительственный; В) международный, региональный.	ОПК-2
35.	кризис	Общенациональный (социально-политический) ### затрагивает основы общественного устройства и может привести к смене власти, политического режима	ОПК-2
36.		Опишите последовательность алгоритма деятельности политического консультанта в кризисной ситуации.	ОПК-2
37.		Политический конфликт – это...	ОПК-2
38.		По сферам отношений политический конфликт может быть...	ОПК-2
39.		Опишите последовательность динамики конфликта.	ОПК-2
40.	Б	Конфликт может завершиться: А) компромиссом или взаимоуничтожением; Б) компромиссом, поражением одной из сторон, уничтожением участников конфликта, угасанием конфликта; В) компромиссом или сговором.	ОПК-2
41.		К позитивным функциям конфликта относятся...	ОПК-2
42.		Назовите последовательность состава участников политического конфликта в порядке их значимости.	ОПК-2
43.		Управление политическим конфликтом – это ...	ОПК-2
44.	институционализация	### конфликта – это установление норм и процедур его урегулирования.	ОПК-2
45.	L1: нормативная или морально-правовая; L2: реалистическая; L3: интерактивная; R1: мораль и право; R2: реализм; R3: объединение; R4: разделение.	Установите соответствие типов управленческих стратегий в разрешении конфликта и их сути: 1: реалистическая; 2: интерактивная; 3: нормативная или морально-правовая; 1: реализм; 2: объединение; 3: мораль и право; 4: разделение.	ОПК-2
46.	эффективности	Условия ### консалтинга политического конфликта: чью сторону представляет и каким интересам служит политический консультант, уровень его	ОПК-2

		профессионализма и степень доверия к нему, возможность диагностики конфликта и время подключения к работе консультанта.	
47.		Опишите, что включает в себя последовательность структурного анализа конфликта.	ОПК-2
48.	А	На стадии завершения политического конфликта, в зависимости от того, какую сторону он представляет, консультант добивается: А) обеспечения консенсуса, максимальной выгоды, оптимизации потерь; Б) личной выгоды и сохранения добрых отношений со сторонами конфликта; В) минимизации потерь, оптимизации достижений.	ОПК-2
49.	Б	Рекомендации политического консультанта основываются: А) на интуиции; Б) на диагностике сложившейся ситуации; В) носят случайный характер.	ОПК-2
50.		Политический рынок – это ...	ОПК-2
51.		В чем специфика политического рынка?	ОПК-2
52.		Политический маркетинг – это...	ОПК-2
53.	А	К разновидностям политического маркетинга относятся маркетинг: А) политических кандидатов, политических организаций, идей, концепций; Б) неправительственных и некоммунистических организаций; В) общественных организаций и клубов по интересам.	ОПК-2
54.		К функциям политического маркетинга относятся...	ОПК-2
55.		Опишите последовательность этапов политического маркетинга.	ОПК-2
56.		Политическая реклама – это ...	ОПК-2
57.	Б	К характерным чертам политической рекламы относятся: А) бесплатность, неназойливость, целенаправленность; Б) платность, однонаправленность, неличность; В) платность, назойливость, целенаправленность.	ОПК-2
58.	Б	Функции политической рекламы: А) информационная, убеждающая, запугивания; Б) информационная, убеждающая, коммуникативная, привлечение внимания; В) информационная, увещательная.	ОПК-2
59.	структура	#### политической рекламы включает в себя предмет, объект, содержание, средства осуществления	ОПК-2
60.	В	По форме подачи рекламного сообщения выделяются следующие виды рекламы: А) примитивная, негативная, концептуальная реклама; Б) «правдивое кино», «личные свидетельства»,	ОПК-2

		«нейтральный репортер», «говорящая голова»; В) все перечисленное.	
61.	референдум и выборы	Основные формы участия гражданского общества в делах государства – это...	ОПК-2
62.		Дайте определение понятию «Референдум»	ОПК-2
63.		Выборы – это ...	ОПК-2
64.	В	В РФ избирательное право предусматривает установление порога явки избирателей на выборы для признания их состоявшимися: А) в 50%; Б) в 20%; В) порог явки избирателей отсутствует.	ОПК-2
65.	Б	Законодательство о выборах в РФ не предусматривает: А) выбор избирателем только одного из кандидатов; Б) голосование против всех; В) выбор избирателем только одной из представленных в бюллетене партии.	ОПК-2
66.		Принципы организации проведения выборов включают в себя...	ОПК-2
67.		Политический имидж – это...	ОПК-2
68.	Б	Имиджмейкер: А) тот, кто рекламирует субъектов политики; Б) специалист по формированию имиджа; В) советник политического субъекта.	ОПК-2
69.	А, В	К функциям политического имиджа относятся: А) коммуникативная и номинативная, эстетическая и адресная; Б) убеждающая и призывающая; В) обещающая и привлекающая.	ОПК-2
70.		Формирование имиджа кандидата – это ...	ОПК-2
71.		Опишите последовательность действий по формированию имиджа политического субъекта.	ОПК-2
72.	А	Изучение имиджа конкурентов необходимо: А) для определения самого сильного соперника; Б) в целях дискредитации соперников; В) на всякий случай.	ОПК-2
73.		Позиционирование как восприятие имиджа кандидата целевой аудиторией по сравнению с конкурентами включает в себя...	ОПК-2
74.	Б	При выдвижении неизвестного кандидата наиболее эффективны следующие типы позиционирования: А) по ассоциации, против конкретных конкурентов; Б) против политической элиты, позиционирование по проблеме; В) по преимуществу кандидата, предпочтительному для целевой аудитории.	ОПК-2
75.	А	Выбор и разработка коммуникативных стратегий продвижения характеристик имиджа включает в	ОПК-2

		себя перевод имиджевых характеристик: А) в тексты, визуальные образы, в событийный контекст; Б) на язык целевых аудиторий; В) на язык электората.	
76.	В	Основные направления в формировании имиджа кандидата представлены технологиями: А) продвижения персональных характеристик и социальных качеств; Б) продвижения символических характеристик и социальных качеств; В) продвижения символических и социальных характеристик, социальных качеств.	ОПК-2
77.	А	К формам непосредственной телевизионной PR – коммуникации политических лидеров относятся: А) выступления и теледебаты; Б) отчеты и пресс-конференции; В) беседы с журналистами и встречи с избирателями.	ОПК-2
78.	А	Разновидности политической рекламы на телевидении: А) рекламный ролик, рекламный спот, видеоклип, видеофильм, политическое телешоу, рекламная передача; Б) киноролик и видеоролик, видеофильм и слайд-фильм; В) интервью и репортаж.	ОПК-2
79.	Б	В качестве каналов коммуникации в политической кампании используются следующие виды прессы: А) государственные и частные издания; Б) политически нейтральные, партийные, специальные издания, специализированные выпуски периодических изданий в период выборов и специализированные издания на период выборов, политически ориентированные издания; В) специализированные издания на период выборов и специализированные издания в период выборов	ОПК-2
80.	А	Формы политической PR-коммуникации в прессе: А) журналистские публикации различных жанров, программные выступления и документы; Б) новостные сообщения и интервью с политическими деятелями; В) на усмотрение кандидата.	ОПК-2
81.	Б	Политический плакат – рекламное произведение: А) небольшого формата, основным средством которого является вербальная информация; Б) большого формата, основным знаковым средством которого является изображение; В) большого формата с преимуществом вербальной информации.	ОПК-2
82.	Б	Различают следующие типы листовок:	ОПК-2

		А) информационные, имиджевого характера, проблемные, дискредитационные, поддерживающие, копии публикаций, листовки последнего дня; Б) призывные, программные, дискредитационные; В) программные, дискредитационные, благодарственные.	
83.	А	Методы директ-маркетинга особенно эффективны: А) в малых городах и сельской местности, когда затруднен и блокирован доступ к СМИ, для обеспечения высокой явки избирателей; Б) в крупных городах; В) в любой местности и любой предвыборной ситуации.	ОПК-2
84.		Опишите последовательность элементов в стратегии избирательной кампании.	ОПК-2
85.	В	Информационно-аналитическое обеспечение избирательной кампании включает в себя исследование: А) электората, кандидатов-конкурентов и прошлых выборов; Б) электората, СМИ, кандидатов-конкурентов и кандидата и его команды; В) избирательного округа, состояние общественного мнения, СМИ, кандидата и его команды, кандидатов-конкурентов и их ресурсов, прошлых выборов.	ОПК-2
86.	не является	Является ли внесение избирательного залога основанием для отказа в регистрации на основе собранных подписей?	ОПК-2

2. Описание шкалы оценивания

В рамках рейтинговой системы успеваемость студентов по каждой дисциплине оценивается в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации. Рейтинговая система оценки знаний студентов основана на использовании совокупности контрольных мероприятий по проверке пройденного материала (контрольных точек), оптимально расположенных на всем временном интервале изучения дисциплины. Принципы рейтинговой системы оценки знаний студентов основываются на положениях, описанных в Положении об организации образовательного процесса на основе рейтинговой системы оценки знаний студентов в ФГАОУ ВО «СКФУ».

Рейтинговая система оценки не предусмотрено для студентов, обучающихся на образовательных программах уровня высшего образования магистратуры, для обучающихся на образовательных программах уровня высшего образования бакалавриата заочной и очно-заочной формы обучения.

3. Критерии оценивания компетенций

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он:

- На высоком уровне знает основы социальной ответственности, типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности
- На высоком уровне владеет навыками тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии

- На высоком уровне применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если:

- В достаточной степени знает основы социальной ответственности, типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности
- Достаточно полно владеет тактическим планированием мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.
- В достаточной степени знает основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если:

- Не достаточно полно знает креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере
- Не достаточно полно владеет тактическим планированием мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
- Испытывает значительные трудности владения технологиями организации специальных мероприятий с различными целевыми группами.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если:

- Отсутствие знаний основ цеховых принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности
- Плохо владеет тактическим планированием мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
- Не обеспечивает выполнение владения технологиями организации специальных мероприятий с различными целевыми группами.

Оценка «зачтено» выставляется студенту, если выставляется студенту, если изучаемый материал освоен полностью, без пробелов; исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний; использует в ответе дополнительный материал все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному; анализирует полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

Оценка «не зачтено» выставляется студенту, если выставляется студенту, если он допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, необходимые практические компетенции не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному.