ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат 02AA015500B9B277974BD4E8E7991CCA59
Владелец АНО ВО "УИФР"
Действителен с 08.04.2025 по 08.07.2026

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) программы: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Дисциплина: Коммуникации в политических процессах и институтах

1. Перечень компетенций образовательной программы, формирующихся в процессе освоения дисциплины

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине «Коммуникации в политических процессах и институтах» у обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), оцениваются компетенции, формирующиеся в процессе освоения образовательной программы*:

ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

ПК-1. Способен организовывать и осуществлять маркетинговые, рекламные и PR исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга, в том числе, в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

* Примечание: Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (Утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 512)

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

Описание показателей оценивания компетенций на различных этапах их формирования осуществляется в соответствии с основной профессиональной образовательной программой вуза. В качестве показателей рассматриваются результаты освоения дисциплины, выраженные через знания, умения и владения (таблица 1).

В таблице 2 приводится шкала оценивания компетенций на различных этапах их формирования с указанием критериев их оценивания. Во втором столбце таблицы приводится шкала оценивания компетенций на различных этапах их формирования в соответствии с обозначенным критерием.

Таблица 1 – Описание показателей оценивания компетенций на различных этапах их формирования с точки зрения результатов освоения дисциплины.

Компетенция	Индикатор достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине

ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	**ИДК-ОПК-2.1.** Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	**Знать:** - Теоретические основы политической коммуникации: сущность, специфику, структуру и функции политической коммуникации; базовые модели (например, Г. Лассуэлла) и теории (К. Дойча, Ю. Хабермаса), объясняющие информационно-коммуникационные процессы в сфере политики. - Роль и функции СМИ: понятие, типологию и функции средств массовой коммуникации (СМК); политические функции СМИ; концепции «медиакратии» и «электронной цивилизации» Г.М. Маклюэна; природу и проблемы информационного воздействия на общественное мнение. **Уметь:** - Анализировать политические процессы: анализировать актуальные политические процессы и коммуникационные кампании, давая им обоснованную оценку. - Распознавать коммуникационные технологии: распознавать и анализировать используемый в политике инструментарий, включая пропаганду, агитацию, политическую рекламу и PR. **Владеть:** - методами анализа избирательных и информационно-коммуникационных кампаний; навыками мониторинга общественного мнения и медиапространства.
	ИДК-ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.	**Знать:** - Государственную информационную политику: ее типологические особенности; модели отношений государства с медиаструктурами; содержание политики в области информационной безопасности; понятия «электронной демократии» и «электронного правительства» и их отличие друг от друга. - Стратегические коммуникации: сущность и функции политической пропаганды и агитации; особенности пропагандистских технологий; «немаркетинговые» способы организации коммуникации; понятие и инструментарий информационной войны. **Уметь:**

		- Применять цифровые технологии: применять возможности СМИ и интернет-пространства (социальные сети, блоги, видеохостинги) для сбора информации, анализа и реализации политических решений. - Анализировать обратную связь: анализировать целевую аудиторию как объект воздействия и работать с обратной связью, используя интерактивные возможности цифровых платформ **Владеть:** - навыками создания различных политических текстов (пресс-релизы, публичные заявления, посты в социальных сетях) с учетом жанровой и языковой специфики. - технологиями работы с интернет-ресурсами, включая официальные сайты, блоги и социальные сети, для решения профессиональных задач
ПК-1. Способен организовывать и осуществлять маркетинговые, рекламные и PR исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга, в том числе, в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	**ИДК-ПК-1.3.** Использует результаты исследований и основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта, в том числе, рекламных или PR кампаний	**Знать:** - политическую роль интернет-технологий; новые политико-коммуникационные возможности, предоставляемые Интернетом как глобальной системой; трансформацию политической публичности в условиях информационного общества **Уметь:** - Критически оценивать и моделировать кампании: критически оценивать стратегии информационно-коммуникационных кампаний и моделировать их, включая разработку стратегии и выбор инструментария. - Анализировать обратную связь: анализировать целевую аудиторию как объект воздействия и работать с обратной связью, используя интерактивные возможности цифровых платформ **Владеть:** - создания различных политических текстов (пресс-релизы, публичные заявления, посты в социальных сетях) с учетом жанровой и языковой специфики. - навыками разработки коммуникационной стратегии и организации политической кампании. - навыками эффективной организации взаимодействия между гражданским обществом, бизнес-структурами и

		государственными органами с использованием цифровых платформ. - технологиями работы с интернет-ресурсами, включая официальные сайты, блоги и социальные сети, для решения профессиональных задач

Таблица 2 – Критерии и шкала оценивания компетенций на различных этапах их формирования.

Критерии оценивания компетенций	**Шкала оценивания**
Достигнутый уровень оценки результатов обучения показывает, что студент обладает необходимой системой знаний и владеет некоторыми умениями по дисциплине, способен понимать и интерпретировать освоенную информацию, что позволит ему в дальнейшем развить такие качества умственной деятельности, как глубина, гибкость, критичность, доказательность, эвристичность. Достигнутый уровень оценки результатов обучения показывает, что студент обладает необходимой системой знаний теоретических основ функционирования психосоциальных систем в целом, отдельных их сфер и звеньев, владеет некоторыми умениями анализа системы психосоциальных связей хозяйствующих субъектов, что позволит ему в дальнейшем развить практические умения в данном направлении профессиональной деятельности.	Пороговый (обязательный)
Достигнутый уровень оценки результатов обучения показывает, что студент продемонстрировал глубокие прочные знания и развитые практические умения и навыки, может сравнивать, оценивать и выбирать методы решения заданий, работать целенаправленно, используя связанные между собой формы представления информации. Достигнутый уровень оценки результатов обучения показывает, что студент продемонстрировал знание теоретических положений в области психологии, практические умения и навыки анализа и исследований на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы.	Повышенный
Достигнутый уровень оценки результатов обучения свидетельствует о том, что студент способен обобщать и оценивать информацию, полученную на основе исследования нестандартной ситуации; использовать сведения из различных источников, успешно соотнося их с предложенной ситуацией. Достигнутый уровень оценки результатов обучения свидетельствует о том, что у студента сформированы системные знания в области психологии, необходимые для решения конкретных задач, связанных с экономическими системами, их структурой и направлениями политики государства; практические умения и навыки анализа и интерпретации	Продвинутый

Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания
информации, содержащейся в плановых документах и отчетности организаций различных правовых форм, публично-правовых образований, а также использования полученных сведений для принятия управленческих решений. Студент способен систематизировать и обобщать информацию по вопросам планирования и контроля кадров, обосновывать выбор метода управления для решения задач в области профессиональной деятельности.	

3. Оценочные средства для проведения текущего контроля освоения дисциплины

Вопросы для самоконтроля и подготовки к текущему контролю методом опроса

- Расскажите о зарождении и развитии политических коммуникаций от древности до современности. Обозначьте основные фазы развития системы политических коммуникаций, с чем они связаны?

- Раскройте понятие «политической коммуникации» и ее сущность коммуникации как политического процесса. Приведите различные Дефиниции.

- Опишите структуру и уровни политической коммуникации, основные каналы и средства. Раскройте классификацию канадского ученого Дж. Томсона, который выделяет семантический, технический и инфлуентальный (англ, influence — влияние) уровни информационно-коммуникативных связей.

- Перечислите и кратко охарактеризуйте основных субъектов политических коммуникаций и их характеристики и признаки. Государство как ведущий политический институт: роль, функции, признаки. Опишите признаки политических партий как ведущего политического института.

- Раскройте сущность и особенности массовых политических коммуникаций. Продемонстрируйте в них роль специально подготовленных для взаимодействия с общественным мнением агентов (официальные институты государства (представленные их лидерами и руководителями, а также информационными отделами по связям с общественностью); государственные (национальные) средства массовой информации (СМИ); независимые и оппозиционные СМИ; корпоративные структуры (органы партий, общественных объединений, профессиональные политические рекламные агентства и др.).

- Теории и модели политической коммуникации (обзорно), включая политическую систему как информационно-коммуникативную систему, которую представил К. Дойча; идею Г. Шельски о «техническом государстве», а также теорию коммуникативных действий Ю. Хабермаса соответствующих элементах политики (ценностях, нормах, обучающих действиях).

- Зарубежная традиция изучения и моделирования процессов политических коммуникаций: У. Липпман и основы организации и изучения политической коммуникации; Г. Лассуэлл и политологическая традиция изучения политической

коммуникации; У. Шрамм и филолого-журналистская традиция изучения; П. Лазарсфельд и социологическая традиция изучения медиаэффектов. Современная зарубежная политическая коммуникативистика: эволюция исследовательских парадигм. Советская и российская традиция изучения и теоретизирования в сфере политических коммуникаций.

- Медиа-центрированные политические стратегии. «Медиаориентированные» и «партийно-политические» типы коммуникационной культуры. Глобализация, информатизация и цифровизация, повышение интерактивности как тенденции в медиа-сфере и области политических коммуникаций.

- Обозначьте и кратко опишите специфику маркетинговых и немаркетинговых коммуникаций, используемых в политической сфере, в чем их основные отличия?

- Раскройте пропаганды и покажите специфику и сущность политической пропаганды, перечислите и раскройте отличительные черты политической пропаганды. Перечислите основные функции политической пропаганды.

- Назовите и охарактеризуйте типы пропаганды, а также методы и приемы пропаганды. Опишите известные Вам манипулятивные технологии, используемые в пропаганде.

- Раскройте суть агитации. Опишите известные Вам агитационные технологии.

- Как вы понимаете термин «общественное мнение». Опишите основные способы, инструменты его формирования, как в целом, так и в области политических коммуникаций.

- Раскройте сущность и опишите особенности политического рынка.

- В чем специфика создания политического имиджа? Как вы понимаете процесс имиджмейкинга? Охарактеризуете процесс создания имиджа.

- Что понимается под политическим брендингом?

- Опишите и охарактеризуйте основные этапы и инструменты формирования имиджа политического лидера.

- Раскройте роль и содержание пиара в политике. Отличительные черты пиара. Разновидности пиар-технологий. PR-деятельность в государственном управлении.

- Опишите основные исторические фазы зарождения и развития политической рекламы.

- Приведете известные Вам Дефиниции политической рекламы, опишите ее сущность и особенности.

- Охарактеризуйте типы и формы политической рекламы.

- Покажите специфику и опишите виды предвыборной политической рекламы.

- Раскройте особенности использования политической рекламы государственными структурами.

- Каковы ключевые элементы процесса производства рекламной продукции (на примере печатной полиграфической продукции). Производство рекламного текста и специфика текстов в сфере политической рекламы.

- Опишите национальные особенности применения политической рекламы, обозначьте тенденции развития политической рекламы в современном мире.

- Дайте определение понятию «информационной кампании». В чем состоит специфика коммуникационных компаний в политической сфере?

- Охарактеризуйте в целом процесс моделирования и разработки информационной кампании, проводимой в сфере политики. Опишите и раскройте основные этапы планирования и проведения информационной кампании.

- Каковые основные критерии эффективности информационных кампаний в сфере политики.

- Какова роль Интернета в современной политике. Раскройте понятие «новые медиа». Что к ним относится? Продемонстрируйте роль блогов, социальных сетей во взаимодействии политических партий, политических лидеров и электората, а также различных ветвей власти и граждан (а также других новых сетевых коммуникационных возможностей)

- Что понимается под термином «информационные войны»? Приведете примеры ведения информационных войн в современной политике и геополитике. Раскройте приемы и типы информационных войн.

Задания для анализа практических ситуаций

Практическое задание 1: составить текст выступления на радио от имени кандидата по какой-либо социально-значимой проблеме.

Практическое задание 2. Написать пресс-релиз-анонс для любого мероприятия политической партии. По этому же материалу напишите новостной пресс-релиз Дополнительные данные для пресс-релиза могут быт произвольными.

Практическое задание 3. Разработать текст биографии кандидата (по заданным параметрам); разработать плакат как средство предвыборной рекламы. Результаты работы студентов по выполнению практического задания затем обсуждаются в группах, дается их оценка другими студентами и преподавателем, после чего делаются корректировки.

Практическое задание 4. Разработать текст биографии кандидата (по заданным параметрам); разработать плакат как средство предвыборной рекламы. Результаты работы студентов по выполнению практического задания будут обсуждаться в группах, будет дана их оценка другими студентами и преподавателем, после чего будут сделаны корректировки.

Практическое задание 5. Разработка информационной кампании по привлечению наблюдателей на предстоящие выборы. Работа в группах по 3 человека. Работе предшествует домашняя самостоятельная работа студентов.

Практическое задание 6. Подготовка к дискуссии по теме «Информационные войны в современной геополитике. Примеры и приемы ведения гибридных войн»

Практическое задание 7. Разработка стратегии информационной кампании по привлечению наблюдателей на предстоящие выборы. Результаты оформить в письменном виде и использовать для дальнейшей работы на семинарском занятии.

Задания и рекомендации по подготовке реферата / мультимедиа сообщений / материалов-презентаций и т.п.

Реферат должен соответствовать принятым в институте «Правилам выполнения письменных работ», в том числе требованиям к оригинальности таких работ.

Реферат – это вид учебно-исследовательской работы, выполненной на актуальную тему в рамках профильной проблематики, отражающей основные направления исследования по данной дисциплине. В процессе работы над содержанием реферата должно быть осуществлено следующее – выбраны и проанализированы основные методологические подходы, теории и концепции по теме.

Рекомендуется следующий алгоритм подготовки реферата:

1. Определить научные подходы, теории, концепции права, в рамках которых наиболее логично рассмотреть сущность темы и ее основных категорий;

2. Осуществить выбор литературы (зарубежной и отечественной), основываясь на которой можно раскрыть тему по заранее определенной логике ее представления;

3. Подготовить структуру (план реферата), разворачивание которой отражало бы как основные позиции в рамках различных дискурсов, так и анализ современных практик по выбранной теме реферата;

4. Разработать структуру реферата, которая включает основные составные части: введение, основная часть, заключение, список использованной литературы и источников, ссылки при цитировании обязательны;

5. Подготовить введение, которое включает краткое обоснование актуальности темы реферата, которое отражает то или иное направление научных исследований в рамках права;

6. Подготовить основную часть, которая включает:

– описание значимых для темы научных теорий, взглядов, подходов, в рамках которых необходимо рассматривать тему; анализ базовых категорий;

– специфику становления, формирования, развития тех или иных управленческих процессов с точки зрения правового подхода;

– анализ современного состояния, включая проблемы функционирования тех или иных аспектов практик;

7. Подготовить заключение, которое включает резюмирование результатов работы в рамках темы реферата: краткое заключение об актуальности темы и изложение основных результатов, которые получены в процессе ее изучения;

8. Обучающийся может получить консультации у преподавателя в связи с согласованием структуры реферата или методологических аспектов раскрытия выбранной темы.

Критерии оценивания реферата

– Степень раскрытия сущности вопроса:

а) соответствие плана теме реферата;

б) соответствие содержания теме и плану реферата;

в) полнота и глубина знаний по теме;

г) обоснованность способов и методов работы с материалом;

е) умение обобщать, делать выводы, сопоставлять различные точки зрения по одному вопросу (проблеме).

– Обоснованность выбора источников: оценка использованной литературы: привлечены ли известные работы по теме исследования (в т.ч. журнальные публикации последних лет, последние данные, сводки, справки и т.д.).

– Соблюдение требований к оформлению:

а) правильность оформления ссылок на используемую литературу,

б) правильность оформления списка литературы;

в) оценка грамотности и культуры изложения (в т.ч. орфографической, пунктуационной, стилистической культуры), владение терминологией;

г) соблюдение требований к объёму реферата.

Оценка «отлично» ставится, если выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на вопросы.

Оценка «хорошо» – основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; иногда отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на вопросы даны неполные ответы.

Оценка «удовлетворительно» – имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на вопросы; отсутствует вывод.

Оценка «неудовлетворительно» – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Выбор варианта работы для студентов осуществляется по последней цифре в номере зачетной книжки по ключу, предложенному в следующей таблице:

Последняя цифра в номере зачетной книжки	Номер темы
1	1, 11, 21…
2	2, 12, 22…
3	3, 13, 23…
4	4, 14, 24…
5	5, 15, 25…
6	6, 16, 26…
7	7, 17, 27…
8	8, 18, 28…
9	9, 19, 29…
0	10, 20, 30…

Темы рефератов:

1. История появления и основные фазы развития системы политических коммуникаций

2. Сущность коммуникации как политического процесса. Дефиниции политической коммуникации.

3. Структура, каналы и средства, уровни политической коммуникации.

4. Сущность и особенности массовых политических коммуникаций.

5. Основные субъекты политических коммуникаций: их характеристики и признаки.

6. У. Липпман и основы организации и изучения политической коммуникации

7. Г. Лассуэлл и политологическая традиция изучения политической коммуникации (в т.ч пропаганды);

8. У. Шрамм и филолого-журналистская традиция изучения политической коммуникации

9. П. Лазарсфельд и социологическая традиция изучения медиаэффектов.

10. Современная зарубежная политическая коммуникативистика: эволюция исследовательских парадигм. Представления Дойча о политической коммуникации

11. Советская и российская традиция изучения и теоретизирования в сфере политических коммуникаций.

12. Медиа-центрированные политические стратегии.

13. «Медиа-ориентированные» и «партийно-политические» типы коммуникационной культуры.

14. Глобализация, информатизация и цифровизация, повышение интерактивности как тенденции в медиа-сфере и области политических коммуникаций.

15. Обзор маркетинговых и немаркетинговых (в т.ч. мобилизационных) коммуникаций

16. Сущность политической пропаганды. Отличительные черты политической пропаганды.

17. Функции политической пропаганды.

18. Типы пропаганды.

19. Методы и приемы пропаганды. Специфика пропагандистских технологий. Манипулятивные технологии в пропаганде.

20. Суть агитации. Агитационные технологии.

21. Общественное мнение: понятие и пути, инструменты формирования

22. Сущность и особенности политического рынка.

23. Политический брендинг

24. Политический имидж и имиджмейкинг. Процесс создания имиджа.

25. Имидж политического лидера: инструменты и этапы формирования.

26. Роль и содержание пиара в политике. Отличительные черты пиара.

27. Разновидности пиар-технологий.

28. Виды PR-тестов в политических коммуникациях.

29. PR-деятельность в государственном управлении.

30. Исторические фазы зарождения и развития политической рекламы.

31. Дефиниции политической рекламы. Сущность и особенности политической рекламы.

32. Типы и формы политической рекламы. Специфика и виды предвыборной политической рекламы.

33. Особенности использования политической рекламы государственными структурами.

34. Ключевые элементы процесса производства рекламной продукции (на примере полиграфической продукции).

35. Разработка рекламного текста и специфика текстов в сфере политической рекламы.

36. Национальные особенности применения политической рекламы.

37. Тенденции развития политической рекламы в современном мире

38. Понятие информационной кампании.

39. Моделирование и разработка информационной кампании

40. Основные этапы планирования и проведения информационной кампании.

41. Критерии эффективности информационных кампаний в сфере политики.

42. Место и роль Интернета в политике. Новые медиа и политические коммуникации, расширение возможностей и форм политического участия.

43. Политические коммуникации в Интернете: обзор видов и форм (блоги, социальные сети и пр., виды и специфика коммуникации).

44. Понятие, особенности и типы информационных войн.

45. Приемы и примеры ведения информационных (и гибридных) войн в политике и геополитике.

46. Приемы и примеры ведения информационных (и гибридных) войн в политике и геополитике.

47. Государство как ведущий политический институт: роль, функции, признаки.

48. Признаки политических партий как ведущего политического института.

4. Оценочные средства промежуточной аттестации для оценивания уровня формирования компетенций, соотнесенного с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

По компоненте компетенций «Знать»:

1. Сущность и специфика политической коммуникации как особого вида социальной коммуникации.

2. Основные функции политической коммуникации в обществе.

3. Базовые модели политической коммуникации и их сравнительный анализ.

4. Информационно-коммуникационные процессы в сфере политики.

5. Основные этапы развития теорий политической коммуникации.

6. Типология и политические функции средств массовой коммуникации.

7. Сущность понятия «медиакратия» и его роль в современном политическом процессе.

8. Концепция «электронной цивилизации» Маршалла Маклюэна и ее значение для политики.

9. Взаимосвязь общественного мнения и технологий информационного воздействия.

10. Типологические особенности государственной информационной политики в демократических и авторитарных режимах.

11. Основные модели отношений государства с медиаструктурами.

12. Содержание и различия понятий «электронная демократия» и «электронное правительство».

13. Цели и основные направления государственной политики в области информационной безопасности.

14. Особенности и эволюция информационной политики современной России.

15. Различия между политической пропагандой и политической агитацией по целям и методам.

16. «Немаркетинговые» способы организации политической коммуникации.

17. Сущность и функции политической пропаганды.

18. Особенности современных пропагандистских информационных технологий.

19. Феномен информационной войны: цели, методы и основные характеристики.

20. Роль технических и технологических средств коммуникации в политической деятельности.

21. Проблема соотношения публичного и частного в политической коммуникации.

22. Новый характер политической публичности в условиях информационного общества.

23. Целевая аудитория как объект целенаправленного информационно-коммуникационного воздействия.

24. Роль Интернета как глобальной системы для новых политико-коммуникационных возможностей.

25. Политическая роль интернет-технологий: социальные сети, блоги, мессенджеры.

По компоненте компетенций «Уметь»:

Объясните сущность и специфику политической коммуникации как особого вида социальной коммуникации.

Раскройте основные функции, которые выполняет политическая коммуникация в обществе.

Сравните базовые модели политической коммуникации (линейная, интерактивная, транзакционная) с точки зрения их структуры и эффективности.

Охарактеризуйте информационно-коммуникационные процессы, протекающие в сфере политики.

5. Проследите основные этапы в развитии теорий политической коммуникации.

6. Раскройте типологию и политические функции средств массовой коммуникации (СМК).

7. Объясните сущность понятия «медиакратия» и его роль в современном политическом процессе.

8. Проанализируйте концепцию «электронной цивилизации» Маршалла Маклюэна и ее значение для понимания политики.

9. Опишите взаимосвязь между общественным мнением и технологиями информационного воздействия.

10. Охарактеризуйте типологические особенности государственной информационной политики в демократических и авторитарных режимах.

11. Проанализируйте основные модели отношений государства с медиаструктурами.

12. Раскройте содержание и различия понятий «электронная демократия» и «электронное правительство».

13. Объясните цели и основные направления политики государства в области информационной безопасности.

14. Опишите ключевые особенности и эволюцию информационной политики современной России.

15. Разграничьте понятия политической пропаганды и политической агитации по их целям и методам.

16. Охарактеризуйте «немаркетинговые» способы организации политической коммуникации.

17. Раскройте сущность и функции политической пропаганды в системе политических коммуникаций.

18. Проанализируйте особенности современных пропагандистских информационных технологий.

19. Объясните феномен информационной войны, назовите ее основные цели и методы.

20. Оцените роль технических и технологических средств коммуникации в процессе политической деятельности.

21. Проанализируйте проблему соотношения публичного и частного в политической коммуникации.

22. Опишите новый характер политической публичности в условиях развития информационного общества.

23. Объясните, каким образом целевая аудитория становится объектом целенаправленного информационно-коммуникационного воздействия.

24. Оцените роль Интернета как глобальной системы, создающей новые политико-коммуникационные возможности.

25. Проанализируйте политическую роль конкретных интернет-технологий (социальные сети, блоги, мессенджеры) в мобилизации и формировании общественного мнения.

По компоненте компетенций «Владеть навыками»:

Задание 1. Анализ базовых моделей коммуникации

Выберите пример современного политического события (выступление лидера, парламентские дебаты, политический скандал в СМИ). Проанализируйте это событие через призму двух различных базовых моделей коммуникации (например, линейной модели Лассуэлла и транзакционной). Укажите, какие элементы события соответствуют компонентам каждой модели (кто, что, по какому каналу и т.д.), и объясните, какая из моделей является более релевантной для анализа и почему.

Задание 2. Сравнительный анализ медийного образа политика

Сравните публикации о одном и том же действующем политике в двух СМИ с разной политической ориентацией (например, государственном и оппозиционном). Проанализируйте 3-4 материала каждого СМИ. Выявите и зафиксируйте в таблице различия в: а) используемой лексике и риторике; б) отборе фактов и их интерпретации; в)

визуальном ряде. Сделайте вывод о том, как реализуются политические функции СМИ и проявляются черты медиакратии.

Задание 3. Разработка концепции информационной безопасности

Вам поручено разработать концепцию информационной безопасности для условного государства. Сформулируйте 3-4 ключевые угрозы информационной безопасности, исходя из современных реалий. Для каждой угрозы предложите 1-2 конкретные меры по ее нейтрализации. Обоснуйте, почему выбранные меры являются адекватными и эффективными.

Задание 4. Проект агитационной кампании

Разработайте план локальной агитационной кампании для кандидата в депутаты городского совета. План должен включать:

- Определение ключевой целевой аудитории.
- Разработку основного лозунга и сообщения для этой аудитории.
- Выбор 3-х наиболее эффективных, на ваш взгляд, каналов коммуникации (например, социальные сети, листовки, встречи с избирателями) и обоснование их выбора.
- Описание одного «немаркетингового» метода, который можно использовать для привлечения внимания.

Задание 5. Аудит публичности политика в социальных сетях

Проведите аудит официальной страницы действующего политика в социальной сети (на выбор: Instagram, VK, Telegram). Проанализируйте 10 последних публикаций. Оцените соотношение публичного и частного в контенте: какую доля постов носит сугубо личный, профессиональный, политико-мобилизационный или развлекательный характер? Сделайте вывод о том, какой образ (имидж) политик стремится построить с помощью этого канала и на какую целевую аудиторию он ориентируется.

Задание 6. Кейс-стади: «Информационная война в конкретном событии»

На примере одного из недавних международных политических кризисов или конфликтов проанализируйте проявления информационной войны. Выберите 2-3 конкретных примера (публикации, заявления официальных лиц, видеоролики) с каждой из конфликтующих сторон. Выявите и классифицируйте использованные в них пропагандистские технологии (например, создание образа врага, использование дезинформации, эмоциональная нагрузка). Оцените их потенциальную эффективность.

Задание 7. Меморандум по внедрению инструментов «электронного правительства»

Вы – консультант администрации города. Составьте служебную записку (меморандум) на имя мэра, в которой:

Обоснуйте целесообразность внедрения или развития двух конкретных инструментов «электронного правительства» (например, портала для онлайн-голосования по бюджетным проектам, системы отслеживания обращений граждан).

Опишите, какие политико-коммуникативные проблемы это поможет решить (например, повышение прозрачности, легитимности, вовлеченности граждан).

Укажите 2-3 потенциальных риска или ограничения, связанных с этим внедрением, и предложите пути их минимизации.

5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины, в ходе промежуточной аттестации

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны на основе подхода В.П. Беспалько. Задания фонда оценочных средств представлены в трех взаимосвязанных блоках.

Первый блок – задания на уровне «знать», в которых очевиден способ решения, усвоенный студентом при изучении дисциплины. Задания этого блока выявляют в основном знаниевый компонент по дисциплине и оцениваются по бинарной шкале «правильно-неправильно».

Второй блок – задания на уровне «знать» и «уметь», в которых нет явного указания на способ выполнения, и студент для их решения самостоятельно выбирает один из изученных способов. Задания данного блока позволяют оценить не только знания по дисциплине, но и умения пользоваться ими при решении стандартных, типовых задач. Результаты выполнения этого блока оцениваются с учетом частично правильно выполненных заданий.

Третий блок – задания на уровне «знать», «уметь», «владеть». Он представлен кейс-заданиями, содержание которых предполагает использование комплекса умений и навыков, для того чтобы студент мог самостоятельно сконструировать способ решения, комбинируя известные ему способы и привлекая знания из разных дисциплин. Кейс-задание представляет собой учебное задание, состоящее, как правило, из описания реальной практической ситуации или ситуации, приближенной к практике. Выполнение студентом кейс-заданий требует решения поставленной проблемы (ситуации) в целом и проявления умения анализировать конкретную информацию, прослеживать причинно-следственные связи, выделять ключевые проблемы и методы их решения. В отличие от первых двух блоков задания третьего блока носят интегральный (summative) характер и позволяют формировать нетрадиционный способ мышления, характерный и необходимый для современного человека. Решение студентами подобного рода нестандартных практико-ориентированных заданий свидетельствует о степени влияния процесса изучения дисциплины на формирование у студентов общекультурных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС.

Оценивание знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций, осуществляется с помощью следующей модели оценки выполнения типовых заданий и практико-ориентированных задач, которая позволяет установить соответствие между результатом выполнения заданий ФОС обучающимся (студентом) и уровнем обученности по шкале оценивания (таблица 4).

Таблица 4 – Модель оценки выполнения заданий ФОС

Цифровое выражение	Словесное выражение	Описание
5	Отлично (зачтено)	всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умение свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, усвоивший основную литературу и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой
4	Хорошо (зачтено)	полное знание учебного материала, успешно выполняет предусмотренные в программе практические задания, усвоил основную литературу, рекомендованную в программе, способен к самостоятельному пополнению и обновлению знаний и умений в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности
3	Удовлетвори тельно (зачтено)	знания основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, выполняет практические задания, предусмотренные программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой, но допускает погрешности в ответе и при выполнении заданий, обладая при этом необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя
2	Неудовлетво рительно (не зачтено)	пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допущение студентом принципиальных ошибок в выполнении предусмотренных программой заданий. Как правило, оценка "неудовлетворительно" ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

Данная модель, являясь студентоцентрированной, позволяет сфокусировать внимание на результатах каждого отдельного студента. Предложенные показатели оценки результатов обучения позволяют сделать выводы об уровне обученности каждого отдельного студента и дать ему рекомендации для дальнейшего успешного продвижения в обучении.

Предложенный фонд оценочных средств может быть использован для оценки результатов обучения отдельного студента, а также для выборки студентов направления подготовки.