

## Форма оценочного материала для промежуточной аттестации

### Оценочные материалы для промежуточной аттестации по дисциплине

#### *Политический консалтинг*

Код, направление подготовки	41.03.04 Политология
Направленность (профиль)	Государственная политика и управление
Форма обучения	очная
Кафедра-разработчик	Политология
Выпускающая кафедра	Политология

Типовые задания для контрольной работы VI семестр:

1. Роль политологии в своей профессиональной подготовке и будущей профессиональной деятельности.
2. Влияние политики на направление и ход общественного развития
3. Рынок политического консалтинга в современной России.
4. Формирование целей в политическом консалтинге.
5. Планирование исследования.
6. Предмет анализа.
7. Методика анализа политической ситуации.
8. Обеспечение валидности и надежности исследования. Ошибки измерения
9. технологии построения выводов.
10. Концептуальные основы политического менеджмента.
11. Основные методы политического менеджмента.
12. Типы политических решений.
13. Структурный анализ политического конфликта.
14. Типы управленческих стратегий.
15. Состав участников конфликта.
16. Основные субъекты конфликта.
17. Стадии конфликта.
18. История возникновения и основные этапы развития политического маркетинга.
19. 2. Характерные черты политической рекламы.
20. 3. Виды политической рекламы.
21. Режимы использования информации в материалах в СМИ.
22. Политическая реклама на телевидении.
23. Политическая реклама в периодической печати.
24. Политическая реклама на радио.

Типовые вопросы к зачету VI семестр:

1. Определение и сущность политического консалтинга.
2. Технология, виды и функции политического консультирования.
3. Политические технологии как объект политического консультирования.
4. Политический анализ и прогнозирование.
5. Консалтинг политического управления и принятия политических решений.

6. Формирование целей в политическом консалтинге.
7. Планирование исследования.
8. Предмет и методика анализа политической ситуации.
9. Технология политической рекламы
10. Технология политическая анализа.
11. Типология политических прогнозов.
12. Методы политического прогнозирования.
13. Основные средства политического управления.
14. Уровни политического управления.
15. Цели политического управления.
16. Политический маркетинг как политическая технология.
17. Виды политического маркетинга.
18. Функции политического маркетинга.
19. Политическая реклама и ее сущность.
20. Структура политической рекламы.
21. Средства политической рекламы.

Типовые задания для контрольной работы VII семестр:

1. Институт отзыва выборного лица.
2. Активное и пассивное избирательное право.
3. Основное назначение избирательной системы.
4. Что включают в себя полномочия избирательных комиссий.
5. Порядок назначения членов избирательных комиссий.
6. Основные законодательные акты, регулирующие избирательный процесс в Российской Федерации.
7. Агитация и пропаганда в политическом консультировании.
8. Каково содержание и сущность законов Р. Грина.
9. Условия построения удачного имиджа политического лидера.
10. Персональные характеристики имиджа публичного политика.
11. Основные этапы конструирования имиджа публичного политика.
12. Позиционирование имиджа публичного политика.
13. Основные направления в формировании имиджа публичного политика.
14. Технологии восстановления политического имиджа.
15. Технологии воздействия на имидж конкурента
16. Взаимодействие политического консультанта и клиента.
17. Основания харизматической легитимности М. Вебера.
18. Формы и содержание непосредственной телевизионной ПР-коммуникации политических лидеров.
19. Политические плакаты и афиши.
20. Политическая листовка как жанр прямой политической рекламы.
21. Подготовка политических буклетов и политических портретов
22. Режимы использования информации в материалах в СМИ (Эми Келлер).
23. Политическая реклама на радио.
24. Основные приемы, используемые в политическом интернете.
25. Содержание плана политического выступления.
26. Содержание и основная «ценность» кампании «от двери к двери».
27. Ключевая и целевая аудитория в политическом консультировании.
28. Технология влияния на выделенные группы субъектов.
29. Технологии воздействия на аудиторию, ориентированную на совершение того или иного выбора в пользу конкурента.

31. Способы установления контакта с аудиторией.
32. Техника использования письма в период организации и проведения избирательной кампании.
33. Организационный этап избирательной кампании. Формирование команды.
34. Основные функции команды, выполняемые в ходе выборной кампании.
35. Определение ресурсов и условий, необходимых для успешного функционирования команды.
36. Кадровый состав команды.
37. Фанд-рейзинг и его содержание.
38. Информационно-аналитическое обеспечение избирательной кампании.
39. Избирательный штаб: структура и основные направления работы.
40. Избирательный штаб: принципы и технология построения.
41. Агитация и пропаганда в политическом консультировании.
42. Контрактинг в политическом консультировании.

Типовые вопросы к зачету с оценкой VII семестр:

1. Выборы в Российской Федерации и их функции.
2. Принципы организации и проведения выборов в Российской Федерации.
3. Избирательная система Российской Федерации.
4. Функции выборов.
5. Типология выборов.
6. Принципы организации и проведения выборов.
7. Принципы избирательного права.
8. Избирательная система и ее назначение.
9. Компоненты избирательной системы и их характеристика.
10. Виды избирательных систем и их характеристика.
11. Избирательный процесс и его основные этапы
12. Сущность имиджа публичного политика.
13. Характерные признаки политического имиджа.
14. Основные компоненты имиджа и их характеристика.
15. Структура политического имиджа.
16. Функции политического имиджа.
17. Виды политического имиджа.
18. Технологии формирования политического имиджа.
19. Формирование политического имиджа личности.
20. Формирование политического имиджа личности.
21. Технологии формирования политического имиджа.
22. Концепция «ограниченной рациональности» по Г. Саймону.
23. Формы ПР-коммуникации на телевидении.
24. Политические дебаты – сущность и содержание.
25. Жанры телевизионной политической рекламы.
26. Виды печатных изданий применительно к их привлечению в политической кампании в качестве каналов коммуникации.
27. Формы политической ПР-коммуникации в прессе.
28. Интернет в политической коммуникации.
29. Директ-маркетинг в политической кампании.
30. Телефонный маркетинг.
31. Формы и методы работы при организации и проведении митинга.
32. Назовите основные виды коммуникаций.
33. Основные характеристики внутригрупповой коммуникации.

34. Финансовые ресурсы избирательной кампании.
35. Избирательный фонд и его назначение.
36. Ресурсы избирательной кампании.
37. Сроки организации и проведения выборов в представительные и исполнительные органы власти на территории ХМАО-Югры.
38. План избирательной кампании и его основные этапы.
39. Стратегия избирательной кампании.
40. Этапы избирательной кампании.