

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ  
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Проектирование информационно-пропагандистских кампаний

**Код модуля**  
1142736(1)

**Модуль**  
Проектные технологии в публичной сфере

**Екатеринбург**

Оценочные материалы составлены автором(ами):

<b>№ п/п</b>	<b>Фамилия, имя, отчество</b>	<b>Ученая степень, ученое звание</b>	<b>Должность</b>	<b>Подразделение</b>
1	Банная Галина Алексеевна	кандидат социологических наук,	доцент	Социологии и технологий ГМУ

**Согласовано:**

Управление образовательных программ

И.Ю. Русакова

Авторы:

## 1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ **Проектирование информационно-пропагандистских кампаний**

1.	Объем дисциплины в зачетных единицах	3	
2.	Виды аудиторных занятий	Лекции Практические/семинарские занятия	
3.	Промежуточная аттестация	Зачет	
4.	Текущая аттестация	Контрольная работа	1
		Домашняя работа	1
		Исследовательская работа	1

## 2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ **Проектирование информационно-пропагандистских кампаний**

Индикатор – это признак / сигнал/ маркер, который показывает, на каком уровне обучающийся должен освоить результаты обучения и их предъявление должно подтвердить факт освоения предметного содержания данной дисциплины, указанного в табл. 1.3 РПМ-РПД.

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)	Контрольно-оценочные средства для оценивания достижения результата обучения по дисциплине
1	2	3
ПК-22 -Способен к разработке проектов информационно-пропагандистских кампаний	3-1 - Основные приемы убеждения и особенности политической коммуникации, особенности электорального поведения, манипулятивные рекламные и PR-технологии 3-2 - Основы проектной деятельности в сфере публичной коммуникации 3-3 - Основы пропагандистской деятельности в сфере публичной политики П-1 - Практическими навыками создания мотивирующих текстов, организации и проведения рекламной и PR-кампании в сфере политики	Домашняя работа Зачет Исследовательская работа Контрольная работа

	<p>П-2 - Методами оценки эффективности рекламной и PR-кампаний</p> <p>П-3 - Навыками проектирования информационно-пропагандистских кампаний</p> <p>У-1 - Применять полученные знания в области политической рекламной и PR-коммуникации</p> <p>У-2 - Описывать, прогнозировать политические коммуникационные процессы</p> <p>У-3 - Проектировать информационно-пропагандистские кампании</p>	
<p>ПК-23 -Способен к разработке проектов публичных мероприятий</p>	<p>З-1 - Современная методология и технология управления проектами</p> <p>З-2 - Основы проектной деятельности в сфере публичной коммуникации</p> <p>З-3 - Типы управления событийными мероприятиями</p> <p>З-4 - Проектные подходы к созданию событий в рамках программ социальной направленности</p> <p>З-5 - Методы оценки эффективности событий</p> <p>П-1 - Технологией разработки социальных проектов</p> <p>П-2 - Навыками проектирования информационно-пропагандистских кампаний</p> <p>П-3 - Навыки эффективной презентации разработанной концепции мероприятия</p> <p>П-4 - Навыки профессионального взаимодействия с контрагентами</p> <p>У-1 - Описывать, прогнозировать политические коммуникационные процессы</p> <p>У-2 - Разрабатывать концептуальные основы событийного мероприятия</p>	<p>Зачет</p> <p>Лекции</p> <p>Практические/семинарские занятия</p>

	<p>У-3 - Осуществлять календарное планирование события</p> <p>У-4 - Определять цели проекта; разрабатывать технико-экономическое обоснование проекта</p> <p>У-5 - Анализировать финансовую реализуемость и социальную эффективность проекта</p>	
--	---	--

### 3. ПРОЦЕДУРЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ В БАЛЬНО-РЕЙТИНГОВОЙ СИСТЕМЕ (ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА БРС)

#### 3.1. Процедуры текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

<b>1. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – 0.5</b>		
Текущая аттестация на лекциях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>контрольная работа</i>	5	70
<i>Конспект лекций</i>	8	30
<b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0.4</b>		
<b>Промежуточная аттестация по лекциям – зачет</b>		
<b>Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0.6</b>		
<b>2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0.5</b>		
Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>домашняя работа</i>	12	50
<i>исследовательская работа</i>	17	50
<b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям – 1</b>		
<b>Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям – нет</b>		
<b>Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям – не предусмотрено</b>		
<b>3. Лабораторные занятия: коэффициент значимости совокупных результатов лабораторных занятий – не предусмотрено</b>		
Текущая аттестация на лабораторных занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах

<b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лабораторным занятиям -не предусмотрено</b>		
<b>Промежуточная аттестация по лабораторным занятиям –нет</b>		
<b>Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лабораторным занятиям – не предусмотрено</b>		
<b>4. Онлайн-занятия: коэффициент значимости совокупных результатов онлайн-занятий –не предусмотрено</b>		
<b>Текущая аттестация на онлайн-занятиях</b>	<b>Сроки – семестр, учебная неделя</b>	<b>Максимальная оценка в баллах</b>
<b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по онлайн-занятиям -не предусмотрено</b>		
<b>Промежуточная аттестация по онлайн-занятиям –нет</b>		
<b>Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по онлайн-занятиям – не предусмотрено</b>		

### 3.2. Процедуры текущей и промежуточной аттестации курсовой работы/проекта

<b>Текущая аттестация выполнения курсовой работы/проекта</b>	<b>Сроки – семестр, учебная неделя</b>	<b>Максимальная оценка в баллах</b>
<b>Весовой коэффициент текущей аттестации выполнения курсовой работы/проекта– не предусмотрено</b>		
<b>Весовой коэффициент промежуточной аттестации выполнения курсовой работы/проекта– защиты – не предусмотрено</b>		

## 4. КРИТЕРИИ И УРОВНИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

4.1. В рамках БРС применяются утвержденные на кафедре/институте критерии (признаки) оценивания достижений студентов по дисциплине модуля (табл. 4) в рамках контрольно-оценочных мероприятий на соответствие указанным в табл.1 результатам обучения (индикаторам).

Таблица 4

### Критерии оценивания учебных достижений обучающихся

<b>Результаты обучения</b>	<b>Критерии оценивания учебных достижений, обучающихся на соответствие результатам обучения/индикаторам</b>
Знания	Студент демонстрирует знания и понимание в области изучения на уровне указанных индикаторов и необходимые для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Умения	Студент может применять свои знания и понимание в контекстах, представленных в оценочных заданиях, демонстрирует освоение умений на уровне указанных индикаторов и необходимых для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Опыт /владение	Студент демонстрирует опыт в области изучения на уровне указанных индикаторов.

Другие результаты	<p>Студент демонстрирует ответственность в освоении результатов обучения на уровне запланированных индикаторов.</p> <p>Студент способен выносить суждения, делать оценки и формулировать выводы в области изучения.</p> <p>Студент может сообщать преподавателю и коллегам своего уровня собственное понимание и умения в области изучения.</p>
-------------------	---

4.2 Для оценивания уровня выполнения критериев (уровня достижений обучающихся при проведении контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля) используется универсальная шкала (табл. 5).

Таблица 5

### Шкала оценивания достижения результатов обучения (индикаторов) по уровням

Характеристика уровней достижения результатов обучения (индикаторов)				
№ п/п	Содержание уровня выполнения критерия оценивания результатов обучения (выполненное оценочное задание)	Шкала оценивания		
		Традиционная характеристика уровня		Качественная характеристика уровня
1.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты в полном объеме, замечаний нет	Отлично (80-100 баллов)	Зачтено	Высокий (В)
2.	Результаты обучения (индикаторы) в целом достигнуты, имеются замечания, которые не требуют обязательного устранения	Хорошо (60-79 баллов)		Средний (С)
3.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты не в полной мере, есть замечания	Удовлетворительно (40-59 баллов)		Пороговый (П)
4.	Освоение результатов обучения не соответствует индикаторам, имеются существенные ошибки и замечания, требуется доработка	Неудовлетворительно (менее 40 баллов)	Не зачтено	Недостаточный (Н)
5.	Результат обучения не достигнут, задание не выполнено	Недостаточно свидетельств для оценивания		Нет результата

## 5. СОДЕРЖАНИЕ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

### 5.1. Описание аудиторных контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля

#### 5.1.1. Лекции

Самостоятельное изучение теоретического материала по темам/разделам лекций в соответствии с содержанием дисциплины (п. 1.2. РПД)

### 5.1.2. Практические/семинарские занятия

Примерный перечень тем

1. Введение в дисциплину. Теоретико-методологические основы политических и социальных кампаний

2. Разнообразие информационных и пропагандистских кампаний

3. Особенности построения информационно-пропагандистских кампаний

4. Избирательные кампании и референдумы

5. Социальная реклама и пропаганда

Примерные задания

Приведите примеры существующих кампаний

	Информационная (пример)	Информационная (своя)	Пропаганда (пример)	Пропаганда (своя)	
Информирующая					
Убеждающая					
Мобилизующая					
Глобальная					
Локальная					
Массовая					
Не для всех					
Медиа					
Коммуникационная					
Смешанная					
Стратегическая					
Тактическая					

LMS-платформа – не предусмотрена

### 5.2. Описание внеаудиторных контрольно-оценочных мероприятий и средств текущего контроля по дисциплине модуля

Разноуровневое (дифференцированное) обучение.

#### Базовый

##### 5.2.1. Контрольная работа

Примерный перечень тем

1. Общественное мнение и информационно-пропагандистские кампании

Примерные задания

Выбрать сферу общественного мнения (4-х дневная рабочая неделя, перевод часов на зимнее и летнее время, возврат к системе специалитета/отмена бакалавриата, идеология чайлдфри, зеленая энергия)

Изучить доступные результаты исследований и аналитики по теме

Определить целевую группу и получить данные о наличии у них отношения к теме

Составить план формирования ОМ по теме (цель, этапы, сроки)

Разработать ключевые послания для использования их в кампании

Выбрать наиболее подходящие методы

Оценить риски

Презентовать результат

LMS-платформа – не предусмотрена

### **5.2.2. Домашняя работа**

Примерный перечень тем

1. Глобальная кампания «Объединимся в борьбе против коррупции» -

<https://www.unodc.org/unodc/ru/frontpage/2017/December/lets-stand-unitedagainstcorruption.html>

2. 2021 год – год науки и технологий <https://xn--80afdrjqf7b.xn--p1ai/events/>

3. Офисный ЗОЖ - <https://officemaps.ru/ofisnaia-zhizn/zdorovyj-obraz-zhizni-v-sovremennom-ofise>

Примерные задания

Изучить, описать, назвать этапы, методы и технологии, каналы, провести оценку эффективности по доступным данным

Изучив методы, мероприятия, участников, каналы, сроки, предложить:

Глобальную кампанию по борьбе с нелегальной миграцией

2022 – Год народного искусства и нематериального культурного наследия народов России

Экономия на Благо

LMS-платформа – не предусмотрена

### **5.2.3. Исследовательская работа**

Примерный перечень тем

1. Продвижение территориального продукта: информационная кампания

Примерные задания

Необходимо разработать и представить концепцию и план проведения информационной кампании по продвижению территориального продукта (индивидуально или вдвоем).

Концепция включает проработку мероприятия на основе местных традиций, особенностей и легенд, но с учетом предпочтений жителей страны. План кампании

должен включать изучение актуальной ситуации (предпроектный анализ) и постановку проблемы, разработку задач кампании, ее этапов и сроков, определение целевой аудитории, выбор каналов коммуникации, стратегии продвижения, медиаплан, выбор ответственных лиц - команды (своими силами или аутсорсинг), проработку ключевого послания и основных информационных сообщений (аудио, видео, графика, маскот и пр.).

Условия:

Цель кампании - повысить узнаваемость тер.продукта внутри страны

Тер.продукт: мероприятие с территориальной привязкой (фестиваль, День, Неделя) с возможностью проведения на постоянной основе

Заказчик: Администрация муниципального образования с численностью до 100 000 населения (выбрать конкретный реальный город/село)

Бюджет: до 1 млн руб (только на кампанию)

Материалы в помощь (большинство про маркетинг и рекламу, но помним, что у нас немного другие цели):

<https://eventologia.ru/blog/marketing-festivalej-raznyh-formatov>

[https://studbooks.net/1555107/marketing/razrabotka\\_reklamnoy\\_kampanii\\_prodvizheniyu\\_m\\_uzykalnogo\\_festivalya\\_kacheli](https://studbooks.net/1555107/marketing/razrabotka_reklamnoy_kampanii_prodvizheniyu_m_uzykalnogo_festivalya_kacheli)

[https://weekendagency.ru/politekh\\_360](https://weekendagency.ru/politekh_360)

<https://event.ru/trips/imidzh-vse-festival-kak-sposob-prodvizheniya-brenda/>

<https://vc.ru/marketing/95212-ot-prostogo-sobytiya-k-brendu-territorii>

LMS-платформа – не предусмотрена

### **5.3. Описание контрольно-оценочных мероприятий промежуточного контроля по дисциплине модуля**

#### **5.3.1. Зачет**

Список примерных вопросов

1. Понятие, сущность и виды политических и социальных кампаний.
2. Стратегия и тактика кампании, ресурсы кампании.
3. Стратегия и тактика проведения кампании.
4. Основные этапы проектирования политической и социальной кампании
5. Цель информационно-пропагандистских кампаний: вовлечение, информирование, образование, нейтрализация.
6. Особенности доктринальных пропагандистских кампаний.
7. Интернет-коммуникации и информационные кампании
8. Аргументация, ее стиль в построении пропагандистских кампаний.
9. Роль масс-медиа в проведении информационно-пропагандистских кампаний.
10. Использование манипулятивных технологий и технологий фальсификации в информационно-пропагандистских кампаниях
11. Значение информационно-пропагандистских кампаний в электоральном процессе.
12. Предвыборная кампания и ее виды .
13. Этапы электоральной кампании. основные направления работы с электоратом.
14. Микротаргетинговые технологии
15. Особенности социальной рекламы как формы коммуникации.
16. Социальная и политическая реклама.
17. Использование социальной рекламы в информационно-пропагандистских кампаниях.
18. Проектирование социальной и политической рекламы

LMS-платформа – не предусмотрена

#### 5.4 Содержание контрольно-оценочных мероприятий по направлениям воспитательной деятельности

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения	Контрольно-оценочные мероприятия
Воспитание навыков жизнедеятельности в условиях глобальных вызовов и неопределенностей	культурно-просветительская деятельность	Технология проектного образования Технология самостоятельной работы Игровые технологии (креативные, имитационные, деловые, ролевые и др.)	ПК-22	З-3 П-3	Зачет Лекции Практические/семинарские занятия