

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Владимир Александрович Шамахов
Должность: директор
Дата подписания: 10.06.2022 19:33:50
Уникальный программный ключ:
2ca9543fd4843214a9c911304a24cc3a6f9d0cd9

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – ФИЛИАЛ РАНХиГС

Кафедра государственного и муниципального управления

УТВЕРЖДЕНА
Методической комиссией по направлению
«Государственное и муниципальное
управление»
Протокол от «21» мая 2021г. № 5

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**Б1.В.01 «Государственные коммуникации и связи с общественностью
в современной России»**

(индекс и наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

«ГКиСОвСР»

краткое наименование дисциплины (модуля)

по направлению подготовки

38.04.04 Государственное и муниципальное управление

(код и наименование направления подготовки (специальности))

Магистерская программа "Современное публичное управление"

магистр

квалификация выпускника

очная, заочная

форма(ы) обучения

Год набора - 2021

Санкт-Петербург, 2021 г

Авторы–составители:

Доктор философских наук, профессор, профессор
кафедры государственного и муниципального управления
Чечулин А.В.

Директор образовательной программы:

Доктор экономических наук, доцент,
профессор кафедры журналистики и медиакоммуникаций
факультета социальных технологий
Бубенок Е. А.

СОДЕРЖАНИЕ

1.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине , соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы	5
3. Содержание и структура дисциплины	7
4.Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине	15
5.Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	29
6.Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	30
6.1.Основная литература	30
6.2.Дополнительная литература.....	30
6.3.Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы	31
6.4.Нормативные правовые документы	33
6.5.Интернет-ресурсы	33
6.6.Иные источники	33
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы	35

1.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1.Дисциплина Б1.В.01 «Государственные коммуникации и связи с общественностью в современной России» обеспечивает овладение следующими компетенциям:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование освоения компетенции
УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1	Способен вести деловое общение, вести коммуникации в устной и письменной формах на русском и английском языке
ПКс-1	Способен осуществлять закупки товаров и заключать государственные контракты на поставки товаров, оказание услуг, выполнение работ для нужд государственного органа	ПКс-1.1	Готовит план и обоснование закупок, реализует мероприятия по общественному обсуждению закупок

1.2. В результате освоения дисциплины Б1.В.01«Государственные коммуникации и связи с общественностью в современной России» у выпускника должны быть сформированы

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции	Результаты обучения
--	---------------------------------------	--	----------------------------

<p>Осуществлять организацию взаимодействия органов публичной власти (органов государственной власти и местного самоуправления), а также общественных организаций с внешней средой (другими государственным и муниципальными органами, организациями, гражданами);</p> <p>Осуществлять планирование и организацию работы объекта будущей профессиональной деятельности, распределять должностные полномочия и ответственность на основе их делегирования;</p>	<p>УК-4.1</p> <p>ПКс-1.1</p>	<p>Способен вести деловое общение, вести коммуникации в устной и письменной формах на русском и английском языке</p> <p>Готовит план и обоснование закупок, реализует мероприятия по общественному обсуждению закупок</p>	<p>На уровне знаний: Знает полномочия органов публичной власти; планирование и организацию работы органов публичной власти; цели и задачи органов публичной власти. Принципы построения и методики оценки публичного выступления в рамках устной PR-коммуникации и письменных форм PR-текстов.</p> <p>На уровне умений: Конструирование публичного выступления и PR-текстов в соответствии с задачами государственных органов власти. определение стратегии деятельности органов публичной власти;</p> <p>На уровне навыков: Владеет навыками аргументации позиции в различных форматах, в том числе, в форме публичного выступления, аналитического отчета, публикации в СМИ, неформальной беседы распределения полномочий между исполнителями с учётом принятой организационной структуры.</p>
--	------------------------------	---	---

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 академических часов, 81 астрономический час.

Дисциплина реализуется частично с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ)

Объем дисциплины и виды учебной работы для очной формы обучения

Вид работы	Трудоемкость (в академ. часах)	Трудоемкость (в астроном. часах)
Общая трудоемкость	108	81
Контактная работа с преподавателем	38	28,5
Лекции	8	6
Практические занятия	28	21
Лабораторные занятия		
Консультация	2	1,5
Самостоятельная работа	34	25,5
Контроль	36	27
Формы текущего контроля	устный опрос, реферат, доклад, дискуссия(круглый стол), тестирование, проект	
Форма промежуточной аттестации	Экзамен	

Объем дисциплины и виды учебной работы для заочной формы обучения

Вид работы	Трудоемкость (в академ. часах)	Трудоемкость (в астроном. часах)
Общая трудоемкость	108	81
Контактная работа с преподавателем	18	13,5
Лекции	4	3
Практические занятия	12	9
Лабораторные занятия		
Консультация	2	1,5
Самостоятельная работа	81	60,75
Контроль	9	6,75
Формы текущего контроля	устный опрос, реферат, доклад, дискуссия(круглый стол), тестирование, проект	
Форма промежуточной аттестации	Экзамен	

***При реализации дисциплины с использованием ДОТ преподаватель самостоятельно адаптирует форму текущего контроля, указанного в таблице, к системе дистанционного обучения (п.3, п.4.1.1, п.4.2).**

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина **Б1.В.01«Государственные коммуникации и связи с общественностью в современной России»** относится к блоку обязательных дисциплин вариативной части учебного плана по направлению подготовки магистров 38.04.04 «Государственное и муниципальное управление», направленность (профиль) "Современное публичное управление" и изучается

студентами в 1 семестре (очная форма обучения), в 4 и 5 семестре (заочная форма обучения)

Дисциплина реализуется после изучения:

- Б1.О.08 Деловые коммуникации в профессиональной сфере
- Б1.В.ДВ.01.01 Кадровый резерв государственной службы в современной России
- Б1.В.ДВ.01.02 Современная конфликтология

Формой промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом является экзамен

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства, и том числе на портале: <https://lms.ganepa.ru/>. Пароль и логин к личному кабинету / профилю предоставляется студенту в деканате.

3. Содержание и структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.					СР	Форма текущего контроля успеваемости** , промежуточной аттестации***
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1.	Информационно-коммуникационные аспекты современного общества.	15	8		3		4	Т ** реферат
Тема 2.	Технологии управления общественным мнением.	7			3		4	Т/УО/Д **
Тема 3.	Манипулирование общественным мнением	7			3		4	УО/Д/ДС**

	и механизмы защиты.							
Тема 4.	GR в комплексе социально-политических коммуникаций и информационных потоков.	7			3		4	УО/ДС**
Тема 5.	Информационно-коммуникационное обеспечение лоббирования.	9			4		5	УО/Д/ДС**
Тема 6.	Коммуникационные технологии электронной демократии: зарубежный опыт, перспективы развития для России.	9			4		5	УО/Д/ДС** реферат
Тема 7.	Имиджмейкинг и брендинг как стратегии повышения конкурентоспособности территории.	7			4		3	УО/Д/П**
Тема 8.	Глобальные информационно-коммуникационные технологии: противостояние и построение защитного информационного пространства	9			4		5	УО/Д/ДС**
	Консультация	2						
	Промежуточная аттестация	<u>36</u> <u>27</u>						Экзамен
	ВСЕГО	108	8		28	2	34	
	ВСЕГО в астрон. часах	81	6		21	1,5	25,5	
<i>Заочная форма обучения</i>								
Тема 1.	Информационно-коммуникационные аспекты современного общества.	14	4				10	реферат

Тема 2.	Технологии управления общественным мнением.	12			2		10	Т/УО/Д **
Тема 3.	Манипулирование общественным мнением и механизмы защиты.	12			2		10	УО/ Д/ДС**
Тема 4.	GR в комплексе социально-политических коммуникаций и информационных потоков.	11			1		10	УО/ДС**
Тема 5.	Информационно-коммуникационное обеспечение лоббирования.	11			1		10	УО/Д/ДС**
Тема 6.	Коммуникационные технологии электронной демократии: зарубежный опыт, перспективы развития для России.	13			2		11	УО/Д/ДС** реферат
Тема 7.	Имиджмейкинг и брендинг как стратегии повышения конкурентоспособности территории.	11			2		9	УО/Д/П**
Тема 8.	Глобальные информационно-коммуникационные технологии: противостояние и построение защитного информационного пространства	13			2		11	УО/Д/ДС**
	Консультация	2						
	Промежуточная аттестация	<u>9</u> <u>6,75</u>						Экзамен
	ВСЕГО	108	4		12	2	81	
	ВСЕГО в астрон. часах	81	3		9	1,5	60,75	

--	--	--	--	--	--	--	--	--

Содержание дисциплины

Тема 1. Информационно-коммуникационные аспекты современного общества.

Коммуникационные технологии как ключевой процесс, определяющий историческое развитие. Информационно-коммуникационные система сохранения целостности общества. Роль коммуникаций в функционировании политических систем. Информационно-коммуникационный процесс как многоуровневая система. Тренды современного информационного общества. Сетевое общество и новые формы идентичности. Проблемы развития сетевого общества. Политические коммуникации в современном обществе. Концепции влияния Интернета на общественную активность. Меняющаяся конъюнктура в эпоху социальных медиа. Сотрудничество с блогерами и интернет-активистами. Управление информационными процессами в органах государственной власти и управления. Управление информационными процессами в субъектах Российской Федерации и муниципальных образованиях. Формирование информационных потоков, циркулирующих между политической властью и социальными группами. Основные информационные модели. Сферы информационной компетенции государственных служащих и общественности. Формы и способы удовлетворения информационных потребностей граждан. Информационные споры и способы их разрешения в системе государственного управления.

Тема 2. Технологии управления общественным мнением.

Сущность общественного мнения. Общественное мнение в структуре общественного сознания. Общественное мнение как «социальная власть». Субъект общественного мнения. Социальная база разнообразия мнений. Проблема монизма и плюрализма общественного мнения, «большинства» и «меньшинства», количества и качества, единодушия расхождения мнений. Роль стереотипов в восприятии, в общественном сознании и процессе формирования общественного мнения. Динамическая структура общественного мнения. «Окно Овертона». Концепция «Спирали молчания» Э. Ноэль-Нойман. Лидер общественного мнения, доверие, критика, ответственность, нетерпимость. Средства формирования общественного мнения: пропаганда и агитация, реклама, межличностное общение. Технологии применения методов внушения, убеждения, подражания в процессе формирования общественного мнения. Этапы формирования общественного мнения. Технология сегментирования и позиционирования общественного мнения. Участие аудиторий общественного мнения в защите информации. Дезориентация и дезинформация. Слухи. Виды, структура, логика устного выступления как средство формирования общественного мнения. Технология убеждения и внушения в устном выступлении. Особенности формирования общественного мнения больших и малых групп. Психология толпы и технологии управления ею. Установки и стереотипы аудитории. Методы психофизиологического управления аудиторией. Технология продуктивной дискуссии. Конструирование эффективного события для общественного мнения. Особенности организации и сферы применения

дискуссионных форм и специальных событий. Общественное мнение и масс-медиа. Методика подготовки эффективных пресс-событий. Технология построения и технология управления новостями. Технологии использования общественного мнения. Механизмы моды: возможности применения в политической сфере. Элиты – автономные проводники политики. Урегулирование интересов власти и общественного мнения. Защита информации при становлении общественного мнения. Основные методы изучения общественного мнения. Мониторинг СМИ.

Тема 3. Манипулирование общественным мнением и механизмы защиты.

Психолого-социальные аспекты манипулирования. Биологическая, социальная, психологическая, управленческая сторона манипулирования общественным мнением. Критерии манипулирования как явления. Скрытность, неявность, обман; эксплуатация, господство; управление, контроль; принуждение, применение силы; структурирование мира в интересах манипулятора; структурирование мира ради выигрыша, использование другого в качестве вещей, объектов. Возможные индикаторы манипуляции: деформации, сдвиги, несоответствия и т.д. Психологическая защита и проблемы общественного развития. Изменения в общественной системе, системе средств массовой информации. Понятие психологическая защита. Открытие защитных действий по З. Фрейду.

Виртуальная реальность. Интернет как средство манипуляции. Защита от данного вида воздействия. Процесс медиапотребления, особенности. Миф, его природа и сущность, стереотипы и их использование в манипулировании. Процессы мифологизации. Теория установки С. Узнадзе. Социальная установка. Установка в PR-текстах и при создании имиджа организации. Установка в рекламе. Этносоциальные признаки успешной и эффективной рекламы. Использование жизненных ценностей в манипулировании. Невербальные виды проявления манипуляции. НЛП. Манипулятивные игры как форма социальной активности индивида (по Э. Берну). Бихевиоризм и гештальт-психология как инструменты манипулирования.

Тема 4. GR в комплексе социально-политических коммуникаций и информационных потоков.

GR как технология взаимодействия с органами государственной власти, как технология межсекторального регулирования и межорганизационного управления. GR как технология управления, как совокупность форм и методов поведения организации в социально-политическом макрокружении, способов влияния на центры принятия и реализации политических, законодательных и административных решений. Сетевой подход как методологическая база анализа системы взаимоотношений в GR - государственных акторов и негосударственных «стейкхолдеров» (stakeholders). Методология сетевого анализа. Сетевые карты в анализе GR.

Основные этапы регулирования сетевых взаимоотношений бизнеса и государства: GR-анализ внешней среды, GR-проектирование, построение коммуникационной структуры. Тактические формы и методы регулирования

коммуникаций в сфере GR. Долгосрочные GR-стратегии и бренд-мейкинг. Технологии коммуникативного менеджмента и интегрированной коммуникации в GR. Соединение PR-технологий с GR-работой. Агитационная работа и связь со СМИ. Рекламная экспансия. Современные «мягкие технологии» (softpower). Технологии «организации событий» (event&issuemanagement). Технологические цепочки и каналы ресурсообмена. Специфика воздействия на различных этапах процесса принятия политических решений (подготовки альтернативных проектов, выбора окончательного варианта, его реализации и т.д.). Определение «точек доступа» к ЦПР. Взаимодействие с влиятельными группами и организациями.

Тема 5. Информационно-коммуникационное обеспечение лоббирования.

Информационно-коммуникационные технологии сопровождения лоббирования: комбинирование и маневрирование различными средствами политического давления. Определение, выбор и сочетание тактических средств. Основные формы и методы лоббирования. «Прямые» и «непрямые» методы лоббирования. Комбинирование открытых и теневых, парламентских и внепарламентских способов воздействия. Методы мобилизации поддержки «снизу» и тактика «grassroots». Корректировка тактических действий в ходе кампании. Тактика нейтрализации конкурентов. Методы маневрирования и компромиссов. Приемы наступательной и оборонительной борьбы. Официальные и теневые каналы давления. Мобилизация ресурсов, организация давления и преодоление сопротивления в процессе принятия политических решений. Способы блокирования актов, инициированных конкурентами. Блокировка решения решением. Незаконные и нелегальные формы воздействия на прохождение проекта решения. Коррупционные методы: проблемы борьбы. Технологии медиарилейшнз в лоббировании.

Тема 6. Коммуникационные технологии электронной демократии: зарубежный опыт, перспективы развития для России.

Политические коммуникации в современном обществе. Классическая концепция демократии. Модели демократии. Интернет как пространство новых социальных коммуникаций. Возможности технологии Web 2.0. Электронная демократия как компьютеро-опосредованная форма политической коммуникации. Подходы к определению электронной демократии. Популистская (Э. Коррадо и Ч. Фейрстоун) и коммунитаристская точки зрения (Х. Рейнгольд). Концепция «ускоренного развития плюрализма». Цели электронной демократии. Функции Интернета при реализации электронной демократии. Концепция доверительного взаимодействия э-участия - План «Д» (демократия, диалог, дискуссия). Электронное правление как процесс, посредством которого происходит взаимодействие институтов, организаций, граждан. Роль политфлюентиалов в налаживании эффективной коммуникация между органами государственной власти.

Цели и принципы электронного участия граждан. Составляющие индекса электронного участия: электронное информирование, электронные консультации и электронное принятие решений. Инструменты электронного участия: предоставление информации, создание групп э-участия (community); он-лайн консультации: учет мнения заинтересованных лиц - стейкхолдеров (stakeholders);

проведение кампаний/публичных акций; предвыборные кампании; слабоструктурированное обсуждение (deliberation, множественные высказывания граждан без довлеющего мнения); дискур; разрешение конфликтных ситуаций онлайн (mediation); городское планирование и вопросы защиты окружающей среды; проведение опросов граждан; он-лайн выборы. Проблемы и риски «электронной демократии». Зарубежный опыт обращения к технологиям электронной демократии Эстония, Корея Исландия, Новая Зеландия, США и др.

Современной состояние и перспективы использования технологий электронного участия в современной России. Россия и Интернет. Проект «Концепции развития в Российской Федерации механизмов электронной демократии до 2020 года». Электронное правительство в России: параметры эффективности. Информационные технологии и механизм обратной связи. Наличие механизмов обратной связи на сайтах электронного правительства России. Нормативные документы, определяющие развитие аспектов доступа к информации и электронного участия э-правительства в РФ. Инструмент для оценки вовлеченности граждан и электронного участия.

Тема 7. Имиджмейкинг и брендинг как стратегии повышения конкурентоспособности территории.

Концепция территориальности (Р. Сак, Р.Ф. Туровский). Территориальность в политике. Ключевые признаки и элементы территории. Исторические формы продвижения территорий. Структурированный подход к брендингу территорий. Целевые группы брендинга территорий. Функции брендинга территории как направления политики

Национальный брендинг. Условно-статичные и условно-динамичные компоненты государственного имиджа. Основные технологии позиционирования государства в современном мировом пространстве. Дискурсивный синтез новейших способов маркетингового и идеологического продвижения: «мягкая сила», шоу-политика и медиадискурс. Позиции РФ в глобальном информационном пространстве: проблемы и технологии. Модель «гексагона» национального имиджа С. Энхольта. Базовые параметры имиджа РФ, по В. В. Путину: «уверенная в себе держава с большим будущим и великим народом». Моногорода — заложники корпоративных брендов, технологии преодоления.

Технология брендиования территории (города). Общий алгоритм создания бренда территории. Основные этапы, перечень работ, методы и инструменты, зоны ответственности, риски. Картирование особенностей и ресурсов территории. Материальные и нематериальные ресурсы территории. Составляющие городской идентичности: уникальность города; идентификация, «отождествление» города; лояльность, приверженность, интерес, любовь к городу; социальная сплоченность, землячество. Практический потенциал идентичности. Основные целевые группы и группы интересов в брендинге территорий. Вовлечение стейкхолдеров и построение бренд-партнерства. Стартовый анализ медиа поля и целевых групп. Основные элементы позиционирования. Смысловая платформа: слоганы, меседжи. Визуальная платформа: логотип, символы, цветовые схемы, дизайн, образы. Туристический логотип. Официальная цветовая схема. Событийная

платформа: деловые, спортивные и культурные мероприятия, проекты и программы. Критерии эффективности событийного продвижения. Создание легенд и историй. Медиа маркеры результативности коммуникационной структуры. Внутренние коммуникации в рамках построения бренда города. Брендинг городов и личное участие жителей. Краудфандинговые проекты. Креативные кластеры. Волонтерские инициативы. Детские и молодежные проекты. Внешние коммуникации в рамках построения бренда города. Web 2.0 и мероприятия. Регулярный мониторинг хода реализации стратегий. Регулярный мониторинг и анализ СМИ, блогосферы и социальных сетей.

Тема 8. Глобальные информационно-коммуникационные технологии: противостояние и построение защитного информационного пространства

Проблемы глобального информационно-коммуникационного пространства. Структура информационного пространства: информация; информационная инфраструктура; субъекты, осуществляющие сбор, формирование, распространение и использование информации; система регулирования возникающих при этом общественных отношений. Субъекты, осуществляющие сбор, формирование, распространение и использование информации. Информация как компонент противостояния геополитических субъектов. Информационная война: история возникновения, подходы к определению. Виды противоборств в информационной войне. Средства информационной войны. Компоненты и цели информационной войны. Коммуникационная модель информационной войны. Виды информационных атак. Использование мифотехнологий и слухов. Проблемы «Консциентальных войн» современности. Формы осуществления «археологическая война», «переписывание истории» и десакрализацию пророков и основных постулатов мировых религий. Приемы «чёрного PR» в консциентальных войнах. Когнитивный детерминизм консциентальной войны. Когнитивный аспект связей с общественностью в реалиях российского общества характеристика антироссийских когнитивных атак внешнеполитических PR-кампаний

Информационные технологии противодействия терроризму и этноконфессиональному экстремизму. Субъекты терроризма. Методы террористической деятельности. Роль страха в террористической деятельности. Терроризм как реклама. Информационно-коммуникационная цепь террористической деятельности. Сетевое построение автономных независимых друг от друга ячеек, объединенных общими целями и задачами. Контроль символического пространства, использование существующих стереотипов. Методы вербовки в деструктивные секты. Стратегия информационно-психологического воздействия на экстремистские группировки. Формирование контролируемого информационно-коммуникационного комплекса: создание собственных информационных потоков, собственное информационное поле, защита собственных моделей и схем мышления. Пропаганда. Структура информационной операции: введение доверия своему информационному каналу; имплантация информационных элементов, жестко на заданную цель; формирование «законов природы»; переход от введения отдельных объектов к формулировкам закономерностей, выгодных для интерпретатора. Контр-пропаганда. Стратегии рассеивания внимания. Введение множества других сообщений. Порождение более

яркого сообщения на другую тему. Внесение сомнений по отношению к источнику сообщения.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.01 «Государственные коммуникации и связи с общественностью в современной России» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

<i>Наименование темы</i>		<i>Формы контроля</i>
<i>очная форма обучения</i>		
Тема 1. Информационно-коммуникационные аспекты современного общества.		Т **, реферат
Тема 2. Технологии управления общественным мнением.		Т/УО/Д **
Тема 3. Манипулирование общественным мнением и механизмы защиты.		УО/ Д/ДС**
Тема 4. GR в комплексе социально-политических коммуникаций и информационных потоков.		УО/ДС**
Тема 5. Информационно-коммуникационное обеспечение лоббирования.		УО/Д/ДС**
Тема 6. Коммуникационные технологии электронной демократии: зарубежный опыт, перспективы развития для России.		УО/Д/ДС** реферат
Тема 7. Имиджмейкинг и брендинг как стратегии повышения конкурентоспособности территории.		УО/Д/П**
Тема 8. Глобальные информационно-коммуникационные технологии: противостояние и построение защитного информационного пространства		УО/Д/ДС**
<i>заочная форма обучения</i>		
Тема 1. Информационно-коммуникационные аспекты современного общества.		Т **, реферат
Тема 2. Технологии управления общественным мнением.		Т/УО/Д **
Тема 3. Манипулирование общественным мнением и механизмы защиты.		УО/ Д/ДС**
Тема 4. GR в комплексе социально-политических коммуникаций и информационных потоков.		УО/ДС**
Тема 5. Информационно-коммуникационное обеспечение лоббирования.		УО/Д/ДС**

Тема 6. Коммуникационные технологии электронной демократии: зарубежный опыт, перспективы развития для России.	УО/Д/ДС** реферат
Тема 7. Имиджмейкинг и брендинг как стратегии повышения конкурентоспособности территории.	УО/Д/П**
Тема 8. Глобальные информационно-коммуникационные технологии: противостояние и построение защитного информационного пространства	УО/Д/ДС**

4.1.2. Промежуточная аттестация проводится с применением следующих методов(средств)

Экзамен проводится в форме устного ответа на теоретические вопросы и решения задачи (кейса)

При реализации промежуточной аттестации в ЭО/ДОТ могут быть использованы следующие формы:

1. Устно в ДОТ - в форме устного ответа на теоретические вопросы и решения задачи (кейса).
2. Письменно в СДО с прокторингом - в форме письменного ответа на теоретические вопросы и решения задачи (кейса).
3. Тестирование в СДО с прокторингом.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Типовые вопросы для устного опроса

Изложите теоретические основы по данной теме (дайте определения, перечислите и назовите) и обоснуйте (аргументируйте и продемонстрируйте) свое отношение к данной теме (на конкретном примере):

1. Дайте определение «общественному мнению».
2. Назовите субъекты общественного мнения.
3. Какова роль стереотипов в восприятии, в общественном сознании и процессе формирования общественного мнения
4. В чем суть концепции «ускоренного развития плюрализма»?
5. В чем суть концепции доверительного взаимодействия э-участия - План «Д» (демократия, диалог, дискуссия»).

Примеры тем для рефератов

Соберите информацию по предложенной теме, сделайте обзор

1. Коммуникационные технологии как ключевой процесс, определяющий историческое развитие.
2. Тренды современного информационного общества.
3. Психолого-социальные аспекты манипулирования.

4. Интернет как пространство новых социальных коммуникаций.
5. Политические коммуникации в современном обществе.

Типовые темы докладов

(Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты)

Соберите информацию по предложенной теме, систематизируйте ее, сделайте выводы и предложите использование

1. Теория установки С. Узнадзе.
2. Манипулятивные игры как форма социальной активности индивида (по Э. Берну).
3. Бихевиоризм и гештальт-психология как инструменты манипулирования.
4. Подходы к определению электронной демократии: опулистская (Э. Коррадо и Ч. Фейрстоун) и коммуитаристская точки зрения (Х. Рейнгольд).
5. Индекс электронного участия.
6. Зарубежный опыт обращения к технологиям электронной демократии (на примере Эстонии, Кореи, Исландии, Новой Зеландии, США и др.)

Типовые темы для дискуссии/круглых столов

(Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты)

Соберите информацию по предложенной теме, систематизируйте ее, сделайте выводы и предложите использование

1. «Современное состояние, проблемы и перспективы использования технологий электронного участия в современной России».
2. «Консциентальные войны» современности: приемы и методы, технологии защиты.
3. «Моногорода — заложники корпоративных брендов, технологии преодоления».

Тема для проекта

«Брендинг территории (по выбору)»

Типовые задания для теста

Выберете один правильный ответ

1. Коммуникация – это:

- А) средства массовой информации;
- Б) обмен информацией между индивидами посредством общей системы символов;
- В) общественно-политическое действие просветительского характера;
- Г) условие, средство и форма организации общественной жизни.

2. Что собой представляет группа давления:

- А) социальная группа, выполняющая лоббистские функции;
- Б) общественность, требующая документального подтверждения деятельности организации;
- В) формальные и неформальные объединения, влияющие на власть для достижения собственных целей;

Г) ассоциированные группы, компактно проживающие на одной территории.

3. Вид массовой коммуникации направленный на достижение публичности, популярности организации, человека, события посредством СМИ:

А) паблисити;

Б) реклама;

В) пропаганда;

Г) журналистика.

4. Общественное мнение, это:

А) комплекс духовных желаний, без которых человек не мыслит своей жизни;

Б) оценка, выражающая одобрение или порицание кого-либо или чего-либо;

В) то, что воспринимается как цель, ради которой стоит действовать;

Г) совокупность суждений, полученных опытным путем.

4.3.Оценочные средства для промежуточной аттестации

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1	Способен вести деловое общение, вести коммуникации в устной и письменной формах на русском и английском языке
ПКс-1	Способен осуществлять закупки товаров и заключать государственные контракты на поставки товаров, оказание услуг, выполнение работ для нужд государственного органа	ПКс-1.1	Готовит план и обоснование закупок, реализует мероприятия по общественному обсуждению закупок

Код этапа освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
УК-4.1 ПКс-1.1	Способен вести деловое общение, вести коммуникации в устной и письменной формах на русском и английском языке Готовит план и обоснование закупок, реализует мероприятия по общественному обсуждению закупок	Свободно применяет на практике выработанные навыки профессионального общения Способен разработать и обосновать план закупок, провести мероприятие по их общественному обсуждению

4.3.2. Типовые оценочные средства

Оценочные средства (формы промежуточной аттестации)	Показатели* оценки	Критерии** оценки
Экзамен	В билете содержится два вопроса и ситуационная задача (кейс).	ОТЛИЧНО (5 баллов) Обучающийся показывает высокий уровень компетентности, знания программного материала, учебной литературы, раскрывает и анализирует проблему с точки зрения различных авторов. Обучающийся показывает не только высокий уровень теоретических знаний, но и видит междисциплинарные связи. Профессионально, грамотно, последовательно, хорошим языком четко излагает материал, аргументированно формулирует выводы. Знает в рамках требований к направлению и профилю подготовки нормативную и практическую базу. На вопросы отвечает кратко, аргументировано, уверенно, по существу. Способен принимать быстрые и нестандартные решения. Нестандартное (многоплановое) решение

		<p>ситуационной задачи (кейса)</p> <p>ХОРОШО (4 балла)</p> <p>Обучающийся показывает достаточный уровень компетентности, знания материалов занятий, учебной и методической литературы, нормативов и практики его применения. Уверенно и профессионально, грамотным языком, ясно, четко и понятно излагает состояние и суть вопроса. Знает теоретическую и практическую базу, но при ответе допускает несущественные погрешности. Обучающийся показывает достаточный уровень профессиональных знаний, свободно оперирует понятиями, методами оценки принятия решений, имеет представление: о междисциплинарных связях, увязывает знания, полученные при изучении различных дисциплин, умеет анализировать практические ситуации, но допускает некоторые погрешности. Ответ построен логично, материал излагается хорошим языком, привлекается информативный и иллюстрированный материал, но при ответе допускает незначительные ошибки, неточности по названным критериям, которые не искажают сути ответа;</p> <p>Стандартное решение ситуационной задачи (кейса)</p> <p>УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО (3 балла)</p> <p>Обучающийся показывает слабое знание материалов занятий, отсутствует должная связь между анализом, аргументацией и выводами. На поставленные вопросы отвечает неуверенно, допускает погрешности. Обучающийся владеет практическими навыками, привлекает иллюстративный материал, но чувствует себя неуверенно при анализе междисциплинарных связей. В ответе не всегда присутствует логика, аргументы привлекаются недостаточно веские. На поставленные вопросы затрудняется с</p>
--	--	--

		<p>ответами, показывает недостаточно глубокие знания.</p> <p>Ситуационная задача (кейс) решена с некоторыми неточностями</p> <p>НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО (2 балла)</p> <p>Обучающийся показывает слабые знания материалов занятий, учебной литературы, теории и практики применения изучаемого вопроса, низкий уровень компетентности, неуверенное изложение вопроса. Обучающийся показывает слабый уровень профессиональных знаний, затрудняется при анализе практических ситуаций. Не может привести примеры из реальной практики. Неуверенно и логически непоследовательно излагает материал. Неправильно отвечает на вопросы или затрудняется с ответом.</p> <p>Неверное решение или ситуационная задача (кейс) не решена.</p>
--	--	--

Типовые вопросы для экзамена

Изложите теоретические основы по данной теме (дайте определения, перечислите и назовите) и обоснуйте (аргументируйте и продемонстрируйте) свое отношение к данной теме (на конкретном примере):

1. Коммуникационные технологии как ключевой процесс, определяющий историческое развитие.
2. Информационно-коммуникационный процесс как многоуровневая система.
3. Тренды современного информационного общества.
4. Концепции влияния Интернета на общественную активность.
5. Меняющаяся конъюнктура в эпоху социальных медиа.
6. Управление информационными процессами в органах государственной власти и управления.
7. Сферы информационной компетенции государственных служащих и общественности.
8. Формы и способы удовлетворения информационных потребностей граждан.
9. Общественное мнение как «социальная власть».

10. Динамическая структура общественного мнения.
11. Средства формирования общественного мнения
12. Особенности формирования общественного мнения больших и малых групп.
13. Психология толпы и технологии управления ею.
14. Методы психофизиологического управления аудиториями.
15. Особенности организации и сферы применения дискуссионных форм и специальных событий.
16. Технология построения и технология управления новостями.
17. Основные методы изучения общественного мнения.
18. Психолого-социальные аспекты манипулирования общественным мнением.
19. Интернет как средство манипуляции.
20. Теория установки С. Узнадзе.
21. Установка в PR-текстах и при создании имиджа организации.
22. Манипулятивные игры как форма социальной активности индивида (по Э. Берну).
23. Бихевиоризм и гештальт-психология как инструменты манипулирования.
24. GR как технология взаимодействия с органами государственной власти.
25. Сетевые карты в анализе GR.
26. Тактические формы и методы регулирования коммуникаций в сфере GR.
27. Долгосрочное GR-стратегии и бренд-мейкинг.
28. Технологии коммуникативного менеджмента и интегрированной коммуникации в GR.
29. Информационно-коммуникационные технологии сопроводения лоббирования.
30. Технологии медиарелейшнз в лоббировании.
31. Политические коммуникации в современном обществе.
32. Электронная демократия как компьютеро-опосредованная форма политической коммуникации.
33. Цели и принципы электронного участия граждан.
34. Индекс электронного участия.
35. Проблемы и риски «электронной демократии».
36. Зарубежный опыт обращения к технологиям электронной демократии
37. Современное состояние и перспективы использования технологий электронного участия в современной России.
38. Электронное правительство в России: параметры эффективности.
39. Нормативные документы, определяющие развитие аспектов доступа к информации и электронного участия э-правительства в РФ.
40. Инструмент для оценки вовлеченности граждан и электронного участия.
41. Территориальность в политике.
42. Исторические формы продвижения территорий.
43. Функции брендинга территории как направления политики
44. Национальный брендинг.
45. Основные технологии позиционирования государства в современном мировом пространстве.

46. Дискурсивный синтез новейших способов маркетингового и идеологического продвижения: «мягкая сила», шоу-политика и медиадискурс.
47. Позиции РФ в глобальном информационном пространстве: проблемы и технологии. Модель «гексагона» национального имиджа С. Энхольта.
48. Технология брендинга территории (города).
49. Составляющие городской идентичности.
50. Смысловая, визуальная событийная платформы бренда территории.
51. Внутренние коммуникации в рамках построения бренда города.
52. Внешние коммуникации в рамках построения бренда города.
53. Проблемы глобального информационно-коммуникационного пространства.
54. Информация как компонент противостояния геополитических субъектов.
55. Информационная война: история возникновения, подходы к определению.
56. Виды противоборств в информационной войне.
57. Средства, компоненты и цели информационной войны.
58. «Консциентальные войны» современности.
59. Когнитивный аспект связей с общественностью в реалиях российского общества.
60. Информационные технологии противодействия терроризму и этноконфессиональному экстремизму.

Типовой пример ситуационной задачи (кейса)

Проанализируйте, определите, установите и укажите свое отношение к затронутой теме

Кейс 1. Губернатор Н-ской области И. Иванов занимает свой пост уже 3 года и собирается повторно идти на выборы. Он достаточно активен в решении социальных проблем. По этой причине его рейтинг популярности среди населения – выше среднего. Основой его социальной политики является областная жилищная программа, в соответствии с которой за счёт бюджета осуществляется строительство жилых домов для наиболее нуждающихся категорий граждан (сироты, многодетные семьи, ветераны боевых действий и др.). Хотя удовлетворить все запросы пока не удастся, данная губернаторская инициатива до последнего времени оценивалась жителями области положительно. Недавно в Интернет «просочилась» информация о том, что строительная компания, стабильно выигрывающая конкурсы на строительство социального жилья, принадлежит двоюродному племяннику губернатора. Стали распространяться слухи о том, что стоимость строительных работ по смете превышает среднерыночную в два, а то и в три раза. Губернатор убежден, что всё это – дело рук его основного конкурента на предстоящих выборах. Однако, опросы общественного мнения показывают, что рейтинг И. Иванова пошатнулся. Если команда губернатора не предпримет срочных мер, то его победа на выборах будет под вопросом.

Задание: разработайте общий план действий для защиты репутации губернатора. При этом необходимо ответить на следующие вопросы: - следует ли команде

губернатора вообще реагировать на подобные информационные «вбросы», ведь пока всё циркулирует на уровне слухов и неподтвержденной информации в блогах? - если да, то в каком формате необходимо дать опровержение? как сделать его наиболее убедительным? - может ли губернатор использовать сложившуюся ситуацию себе на пользу? если да, то каким образом?

Типовые оценочные средства с применением СДО

Для успешного прохождения промежуточной аттестации учащемуся рекомендуется ознакомиться с литературой, размещенной в разделе 6, и материалами, выложенными в ДОТ.

При проведении экзамена в устной или письменной форме с применением ДОТ структура билета и типовые оценочные средства соответствуют п. 4.3.2 (см. выше).

При проведении экзамена в форме тестирования применяются следующие типовые оценочные средства:

Шкала оценивания

Оценка результатов производится на основе Положения о текущем контроле успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам среднего профессионального и высшего образования в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», утвержденного Приказом Ректора РАНХиГС при Президенте РФ от 30.01.2018 г. № 02-66 (п.10 раздела 3 (первый абзац) и п.11), а также Решения Ученого совета Северо-западного института управления РАНХиГС при Президенте РФ от 19.06.2018, протокол № 11.

Оценочные средства (формы промежуточного контроля)	Показатели* оценки	Критерии** оценки
Экзамен	Процент правильных ответов на вопросы теста. В тесте содержится от 20 до 30 заданий.	91-100% – 5 баллов (отлично) 76 - 90% – 4 балла (хорошо) 61-75% –3 балла (удовлетворительно) 60% и менее – 2 балла (неудовлетворительно)

--	--	--

Оценка «ОТЛИЧНО» выставляется, когда студент:

Глубоко знает принципы построения и методики оценки публичного выступления в рамках устной PR-коммуникации и письменных форм PR-текстов. Умеет адекватно осуществлять выбор языковых средств и композиционных форм для конструирования публичного выступления и PR-текстов в соответствии с задачами государственных органов власти. В совершенстве владеет навыками аргументации позиции в различных форматах, в том числе, в форме публичного выступления, аналитического отчета, публикации в СМИ, неформальной беседы. Свободно применяет на практике выработанные навыки профессионального общения на русском и иностранном языке. Готов самостоятельно провести деловую встречу и осуществить переписку на русском и иностранном языке. Свободно применяет на практике выработанные навыки и умение по применению языков, законов и правил деловой коммуникации в профессиональной сфере в практике государственного и муниципального управления.

4.4.Методические материалы

Экзамен проводится в период сессии в соответствии с текущим графиком учебного процесса, утвержденным в соответствии с установленным в СЗИУ порядком. Продолжительность экзамена для каждого студента не может превышать четырех академических часов. Экзамен не может начинаться ранее 9.00 часов и заканчиваться позднее 21.00 часа. Экзамен проводится в аудитории, в которую запускаются одновременно не более 5 человек. Время на подготовку ответов по билету каждому обучающемуся отводится 45 минут. При явке на экзамен обучающийся должен иметь при себе зачетную книжку. Во время экзамена обучающиеся по решению преподавателя могут пользоваться учебной программой дисциплины и справочной литературой

При проведении промежуточной аттестации в СДО

Промежуточная аттестация проводится в период сессии в соответствии с текущим графиком учебного процесса и расписанием, утвержденными в соответствии с установленным в СЗИУ порядком.

Чтобы пройти промежуточную аттестацию с прокторингом, студенту нужно:

- за 15 минут до начала промежуточной аттестации включить компьютер, чтобы зарегистрироваться в системе,
- проверить оборудование и убедиться, что связь с удаленным портом установлена.
- включить видеотрансляцию и разрешить системе вести запись с экрана
- пройти верификацию личности, показав документы на веб-камеру (паспорт и зачетную книжку студента), при этом должно быть достаточное освещение.

- при необходимости показать рабочий стол и комнату.

После регистрации всех присутствующих проктор открывает проведение промежуточной аттестации.

Во время промежуточной аттестации можно пользоваться рукописными конспектами с лекциями.

При этом запрещено:

- ходить по вкладкам в браузере
- сидеть в наушниках
- пользоваться подсказками 3-х лиц и шпаргалками
- звонить по телефону и уходить без предупреждения

При любом нарушении проверяющий пишет замечание. А если грубых нарушений было несколько или студент не реагирует на предупреждения — проктор может прервать промежуточную аттестацию досрочно или прекратить проведение аттестации для нарушителя.

Продолжительность промежуточной аттестации для каждого студента не может превышать четырех академических часов. Аттестация не может начинаться ранее 9.00 часов и заканчиваться позднее 21.00 часа. На выполнение заданий отводится максимально 30 минут.

Отлучаться в процессе выполнения заданий можно не более, чем на 2-3 минуты, заранее предупредив проктора.

В случае невыхода студента на связь в течение более чем 15 минут с начала проведения контрольного мероприятия он считается неявившимся, за исключением случаев, признанных руководителем структурного подразделения уважительными (в данном случае студенту предоставляется право пройти испытание в другой день в рамках срока, установленного преподавателем до окончания текущей промежуточной аттестации). Студент должен представить в структурное подразделение документ, подтверждающий уважительную причину невыхода его на связь в день проведения испытания по расписанию (болезнь, стихийное бедствие, отсутствие электричества и иные случаи, признанные руководителем структурного подразделения уважительными).

В случае сбоев в работе оборудования или канала связи (основного и альтернативного) на протяжении более 15 минут со стороны преподавателя, либо со стороны студента, преподаватель оставляет за собой право отменить проведение испытания, о чем преподавателем составляется акт. Данное обстоятельство считается уважительной причиной несвоевременной сдачи контрольных мероприятий. Студентам предоставляется возможность пройти испытания в другой день до окончания текущей промежуточной аттестации. О дате и времени проведения мероприятия, сообщается отдельно через СЭО Института.

При проведении промежуточной аттестации в СДО в форме устного или письменного ответа

На подготовку студентам выделяется время в соответствии с объявленным в начале промежуточной аттестации регламентом. Во время подготовки все студенты должны находиться в поле включенных камер их ноутбуков, компьютеров или смартфонов. Для визуального контроля за ходом подготовки допустимо привлекать других преподавателей кафедры, работников деканата или проводить промежуточную аттестацию по подгруппам, численностью не более 9 человек.

По окончании времени, отведенного на подготовку:

- в случае проведения промежуточной аттестации в устной форме студенты начинают отвечать с соблюдением установленной преподавателем очередности и отвечают на дополнительные вопросы; оценка объявляется по завершении ответов на дополнительные вопросы;
- в случае проведения промежуточной аттестации в письменной форме письменная работа набирается студентами на компьютере в текстовом редакторе или записывается от руки; по завершении студенты сохраняют работу в электронном формате, указывая в наименовании файла свою фамилию; файл размещается в Moodle или в чате видеоконференции;

При проведении промежуточной аттестации в ДОТ в форме устного ответа на теоретические вопросы и решения задачи (кейса) – оценка сообщается экзаменуемому по завершению ответа.

При проведении промежуточной аттестации в ДОТ в форме письменного ответа на теоретические вопросы и решения задачи (кейса) – в течение 24 часов преподаватель проверяет работы, выставляет оценки и доводит информацию до студентов.

При проведении промежуточной аттестации в СДО в форме тестирования

Для выполнения тестового задания, прежде всего, следует внимательно прочитать поставленный вопрос. После ознакомления с вопросом следует приступить к прочтению предлагаемых вариантов ответа. Необходимо прочитать все варианты и в качестве ответа следует выбрать либо один либо несколько верных ответов, соответствующих представленному заданию.

На выполнение теста отводится не более 30 минут. После выполнения теста происходит автоматическая оценка выполнения. Результат отображается в личном кабинете обучающегося.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Изучение курса «Государственные коммуникации и связи с общественностью в современной России» следующие виды самостоятельной работы магистранта:

- работа с основной и дополнительной литературой (конспектирование, реферирование, рецензирование) как по рекомендации преподавателя, так и инициативная;
- творческая работа в форме подготовки сообщений и докладов на семинарских занятиях;
- разработка дискуссионных вопросов;
- в самостоятельном изучении отдельных тем или вопросов по учебникам или учебным пособиям;
- написание реферата;
- в выполнении контрольных мероприятий по дисциплине.

Рекомендации по написанию реферата.

Реферат (от лат. *referrer* - докладывать, сообщать) - краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников. Реферат должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу.

Содержание реферата обычно включает в себя:

- введение, в котором обосновывается актуальность выбранной темы;
- основную часть, раскрывающую тему через выделение в ней 3-4 аспектов, которые надо сформулировать как отдельные пункты (главы);
- заключение, где подводятся итоги проделанной автором работы;
- список литературы, в котором должно быть не менее 8-10 наименований.

При написании реферата необходимо пользоваться учебниками, справочной литературой, а также обязательным является использование книг, статей из периодических изданий. Библиографический поиск следует начать со знакомства с литературой, рекомендованной к теме учебного курса, близкой к выбранной теме контрольной работы. Объем реферата должен составлять 10-15 страниц. Содержание основной части реферата предполагает осмысленное и логичное изложение главных положений и идей, содержащихся в изученной литературе. В тексте обязательны ссылки на первоисточники.

В заключении излагаются выводы, сделанные студентом в соответствии с целями и задачами, заявленными в исследовании, а также в случае целесообразности, рекомендации, которые вытекают из предмета исследования и могут быть использованы в практике государственного и муниципального управления.

Список использованной литературы и источников включает в себя реально использованную в ходе написания реферата литературу и должен быть оформлена согласно правилам библиографического описания.

При подготовке к аудиторным занятиям студенты должны ознакомиться с соответствующими темами, материал по которым содержится в п.б.1. «Основная литература». При подготовке ответов на контрольные вопросы по теме, а также при выполнении тренировочных заданий по уже пройденной теме, студенты используют рекомендованную в п.б.2 дополнительную литературу.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература

1. Борщевский, Г. А. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Г. А. Борщевский. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 267 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04736-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://idp.nwipa.ru:2180/bcode/415970> (дата обращения: 24.04.2019)
2. Душкина, Майя Рашидовна. PR и продвижение в маркетинге [Электронный ресурс] : коммуникации и воздействие, технологии и психология : учеб. пособие / М. Р. Душкина. - Электрон. дан. - СПб.[и др.] : Питер, 2016. - 560 с.
3. Пушкарева, Галина Викторовна.. Политический менеджмент [Электронный ресурс] / Г. В. Пушкарева ; МГУ имени М.В. Ломоносова - М.:Юрайт, 2016- 365 с.
4. Франц, Валерия Андреевна. Управление общественным мнением [Электронный ресурс] / В. А. Франц. - Электрон. дан. - М. : Юрайт, 2017. - 133 с.
5. GR и лоббизм: теория и технологии [Электронный ресурс] : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры [по экон. направлениям и специальностям] / [В. А. Ачкасова и др.] ; под ред. В. А. Ачкасовой, И. Е. Минтусова, О. Г. Филатовой ; Высш. шк. журн. и массовых коммуникаций СПбГУ. - Электрон. дан. - М. : Юрайт, 2017. - 315 с.

6.2. Дополнительная литература.

1. GR: Теория и практика / Под ред. И.Е. Минтусова, О.Г. Филатовой. СПб., 2013. С. 5-23
2. Вирен, Георгий Валентинович. Современные медиа : Приемы информационных войн : [учеб.пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки ВПО 030600 "Журналистика" и специальности 030601 "Журналистика" для ГОС-2 и направлению подготовки ВПО 031300 "Журналистика" для ФГОС] / Георгий Вирен. - М. : Аспект Пресс, 2013. - 126 с.
3. Герасимов, В. М. Общественное мнение. Ценности и оценки электорального поведения [Электронный ресурс] / В.М. Герасимов, К.А. Иваненко. - Электрон.дан. - Саратов : Вузовское образование, 2015. - 218 с.
4. Гринберг Т. Э. Политические технологии: PR и реклама : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 520600 и специальности 021400 "Журналистика" / Т. Э. Гринберг. - изд. 2-е, испр. - М.: Аспект-Пресс, 2012. - 280 с.
5. Данилова А. А. Манипулирование словом в средствах массовой информации / А. А. Данилова. - 2-е изд. - М. :Добросвет [и др.], 2011. - 229 с.
6. Дегтярёв А.А. Проблема учета внутренних и внешних правил при осуществлении GR-работы в современной России // Корпоративное управление и социальная ответственность бизнеса / Ред.-сост. Е.Б. Завьялова. М., 2013. С. 271-282.
7. Чалдини Р. Психология влияния : убеждай, воздействуй, защищайся / Р. Чалдини ; пер. с англ. Е. Бугаева [и др.]. - 5-е изд. - СПб.[и др.] : Питер, 2012. - 333 с.

8. Чумиков, Александр Николаевич. Государственный PR : связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник [для вузов по направлению подготовки (специальности) 41.03.06 "Реклама и связи с общественностью"] : соответствует Федер. гос. образоват. стандарту 3-го поколения / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : ИНФРА-М, 2015. - 328 с.
9. Динни, К. Брендинг территорий. Лучшие мировые практики /Под ред. Кейта Динни; пер. с англ. Веры Сечной. – М.- Манн, Иванов и Фербер, 2013 – 336 с.

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Наименование темы или раздела дисциплины	Вопросы для самопроверки
Тема 1. Информационно-коммуникационные аспекты современного общества.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Роль коммуникаций в функционировании политических систем. 2. Тренды современного информационного общества. Проблемы развития сетевого общества. 3. Концепции влияния Интернета на общественную активность. 4. Основные информационные модели. 5. Сферы информационной компетенции государственных служащих и общественности. 6. Формы и способы удовлетворения информационных потребностей граждан.
Тема 2. Технологии управления общественным мнением.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сущность общественного мнения. 2. Роль стереотипов в восприятии, в общественном сознании и процессе формирования общественного мнения. 3. Динамическая структура общественного мнения. «Окно Овертона». 4. Концепция «Спирали молчания» Э. Ноэль-Нойман. Этапы формирования общественного мнения. 5. Виды, структура, логика устного выступления как средство формирования общественного мнения. 6. Психология толпы и технологии управления ею. 7. Методы психофизиологического управления аудиторией. 8. Методика подготовки эффективных пресс-событий. 9. Основные методы изучения общественного мнения. 10. Мониторинг СМИ.
Тема 3. Манипулирование общественным мнением и механизмы защиты.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Биологическая, социальная, психологическая, управленческая сторона манипулирования общественным мнением. Понятие психологическая защита. Открытие защитных действий по З. Фрейду. 2. Виртуальная реальность. Интернет как средство манипуляции. 3. Миф, его природа и сущность, стереотипы и их использование в манипулировании. 4. Теория установки С. Узнадзе. 5. Этносоциальные признаки успешной и эффективной рекламы.

	<ul style="list-style-type: none"> 6. Невербальные виды проявления манипуляции. 7. НЛП. 8. Манипулятивные игры как форма социальной активности индивида (по Э. Берну). 9. Бихевиоризм и гештальт-психология как инструменты манипулирования.
<p>Тема 4. GR в комплексе социально-политических коммуникаций и информационных потоков.</p>	<ul style="list-style-type: none"> . GR как технология взаимодействия с органами государственной власти. . Методология сетевого анализа. Сетевые карты в анализе GR. . Тактические формы и методы регулирования коммуникаций в сфере GR. . Долгосрочное GR-стратегии и бренд-мейкинг. . Современные «мягкие технологии» (softpower). Технологии «организации событий» (event&issuemanagement). . Взаимодействие с влиятельными группами и организациями.
<p>Тема 5. Информационно-коммуникационное обеспечение лоббирования.</p>	<ul style="list-style-type: none"> 1. Основные формы и методы лоббирования. 2. Методы мобилизации поддержки «снизу» и тактика «grassroots». Коррупционные методы: проблемы борьбы. 3. Технологии медиарелейшнз в лоббировании.
<p>Тема 6. Коммуникационные технологии электронной демократии: зарубежный опыт, перспективы развития для России.</p>	<ul style="list-style-type: none"> 1. Политические коммуникации в современном обществе. 2. Подходы к определению электронной демократии: популистская (Э. Коррадо и Ч. Фейрстоун) и коммунитаристская точки зрения (Х. Рейнгольд). 3. Концепция «ускоренного развития плюрализма». 4. Концепция доверительного взаимодействия э-участия - План «Д» (демократия, диалог, дискуссия). 5. Цели и принципы электронного участия граждан. 6. Индекс электронного участия. 7. Инструменты электронного участия. 8. Зарубежный опыт обращения к технологиям электронной демократии. 9. Современной состояние и перспективы использования технологий электронного участия в современной России. Россия и Интернет. 10. Проект «Концепции развития в Российской Федерации механизмов электронной демократии до 2020 года». 11. Нормативные документы, определяющие развитие аспектов доступа к информации и электронного участия э-правительства в РФ.
<p>Тема 7. Имиджмейкинг и брендинг как стратегии повышения конкурентоспособности территории.</p>	<ul style="list-style-type: none"> 1. Концепция территориальности (Р. Сак, Р.Ф. Туровский). Исторические формы продвижения территорий. Структурированный подход к брендингу территорий. Функции брендинга территории как направления политики 2. Условно-статичные и условно-динамичные компоненты государственного имиджа. 3. Основные технологии позиционирования государства в современном мировом пространстве. 4. Позиции РФ в глобальном информационном пространстве: проблемы и технологии. 5. Модель «гексагона» национального имиджа С. Энхольта. 6. Базовые параметры имиджа РФ, по В. В. Путину: «уверенная в себе держава с большим будущим и великим народом». 7. Технология брендирования территории (города). Составляющие городской идентичности. 8. Основные компоненты и технологии брендинга

	территорий. 9. Технологии мониторинг и анализ СМИ, блогосферы и социальных сетей.
Тема 8. Глобальные информационно-коммуникационные технологии: противостояние и построение защитного информационного пространства	1. Проблемы глобального информационно-коммуникационного пространства. 2. Информация как компонент противостояния геополитических субъектов. Информационная война: история возникновения, подходы к определению. 3. Виды противоборств в информационной войне. 4. Виды информационных атак. «Консциентальные войны» современности: понятие, формы осуществления. 5. Информационные технологии противодействия терроризму и этноконфессиональному экстремизму. Информационно-коммуникационная цепь террористической деятельности. 6. Формирование контролируемого информационно-коммуникационного комплекса.

6.4 Нормативные правовые документы не предусмотрены

6.5 Интернет-ресурсы

СЗИУ располагает доступом через сайт научной библиотеки <http://nwapa.spb.ru/> к следующим подписным электронным ресурсам:

Русскоязычные ресурсы

1. Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Айбукс» http://www.nwapa.spb.ru/index.php?page_id=76
2. Научно-практические статьи по экономике и менеджменту Издательского дома «Библиотека Гребенникова» http://www.nwapa.spb.ru/index.php?page_id=76
3. Статьи из журналов и статистических изданий Ист Вью http://www.nwapa.spb.ru/index.php?page_id=76

Англоязычные ресурсы

4. EBSCO Publishing- доступ к мультидисциплинарным полнотекстовым базам данных различных мировых издательств по бизнесу, экономике, финансам, бухгалтерскому учету, гуманитарным и естественным областям знаний, рефератам и полным текстам публикаций из научных и научно – популярных журналов.
5. Emerald – крупнейшее мировое издательство, специализирующееся на электронных журналах и базах данных по экономике и менеджменту. Имеет статус основного источника профессиональной информации для преподавателей, исследователей и специалистов в области менеджмента.

6.6.Иные источники

- Международный Институт политической экспертизы - <http://www.stratagema.org>
- Центр по изучению проблем взаимодействия бизнеса и власти -

- <http://www.lobbying.ru>
- Интернет-портал «Все о лоббизме» - <http://www.lobbyism.ru>
- Интернет-портал «Политанализ.ру» – <http://www.politanaliz.ru>
- Ассоциация менеджеров России – <http://www.amr.ru>
- Центр политической информации (ЦПИ) – <http://www.spic-centre.ru>
- Центр политической конъюнктуры России (ЦПКР) – <http://www.ancentr.ru>
- Центр политических технологий (ЦПТ) – <http://www.cpt.ru>;
<http://www.politcom.ru>

- Центр прикладных политических исследований «ИНДЕМ» – <http://www.indem.ru>

- Центр стратегических разработок (ЦСР) – <http://www.csr.ru>
 - Центр экономической конъюнктуры при Правительстве России – <http://www.cek.gvs.aris.ru>
- Экспертный Институт РСПП – <http://www.exin.ru>
- Фонд эффективной политики (ФЭП) – <http://www.fep.ru>
- Фонд развития парламентаризма в России (ФРПР) – <http://www.legislature.ru>
- Российский общественно-политический центр (РОПЦ) – <http://www.politeia.ru>
- Администрация Президента - <http://www.kremlin.ru/>
- Правительство РФ - <http://www.government.gov.ru/>
- Государственная Дума Федерального Собрания РФ - <http://www.duma.gov.ru/>
- Совет Федерации Федерального Собрания РФ - <http://www.council.gov.ru/>>
- Министерство иностранных дел РФ - <http://www.mid.ru/>>.
- Министерство юстиции РФ - www.minjust.ru
- Официальная Россия: Органы государственной власти РФ - <http://www.gov.ru/>
- Администрация Президента - <http://www.kremlin.ru/>
- Правительство РФ - <http://www.government.gov.ru/>
- Государственная Дума Федерального Собрания РФ - <http://www.duma.gov.ru/>
- Совет Федерации Федерального Собрания РФ - <http://www.council.gov.ru/>
- Интернет-портал «Все о лоббизме» - <http://www.lobbyism.ru>
- Центр по изучению проблем взаимодействия бизнеса и власти - <http://www.lobbying.ru>

- Экспертный Институт РСПП – <http://www.exin.ru>

-

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Курс включает использование программного обеспечения MicrosoftExcel, MicrosoftWord, MicrosoftPowerPoint для подготовки текстового и табличного материала, графических иллюстраций.

Методы обучения с использованием информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов)

Интернет-сервисы и электронные ресурсы (поисковые системы, электронная почта, профессиональные тематические чаты и форумы, системы аудио и видео конференций, онлайн энциклопедии, справочники, библиотеки, электронные учебные и учебно-методические материалы).

Кроме вышеперечисленных ресурсов, используются следующие информационные справочные системы:

Научная библиотека РАНХиГС. URL: <http://lib.ranepa.ru/>; Научная электронная библиотека eLibrary.ru. URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>; Национальная электронная библиотека. URL: www.nns.ru; Российская государственная библиотека. URL: www.rsl.ru; Российская национальная библиотека. URL: www.nnir.ru; Электронно-библиотечная система Издательства «Лань». URL: <http://e.lanbook.com>; Электронно-библиотечная система ЮРАЙТ. URL: <http://www.biblio-online.ru/>; <http://uristy.ucoz.ru/>; <http://www.garant.ru/>; <http://www.kodeks.ru/> и другие.

№ п/п	Наименование
1.	Специализированные залы для проведения лекций и семинарских занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации
2.	Помещения для самостоятельной работы
3.	Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами
4.	Технические средства обучения: Персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов
5.	Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования

В учебном процессе допускается применение онлайн-платформ Teams, Zoom, Skype for Business, а также системы дистанционного обучения LMS Moodle.