

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 20.05.2026 17:51:07
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Приложение 4

к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

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

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.04.04 Государственное и муниципальное управление

(код, наименование направления подготовки)

Современное публичное управление

(наименование образовательной программы)

очная, заочная
(форма обучения)

Год набора – 2026
Санкт-Петербург

Автор–составитель:

Кандидат политических наук,
доцент кафедры государственного и муниципального управления
Дзгоева Д.Т.

Заведующий кафедрой

государственного и муниципального управления,
доктор экономических наук,
доцент Хлутков А.Д.

РПД Б1.В.01 «Государственные коммуникации и связи с общественностью в современной России» одобрена на заседании кафедры государственного и муниципального управления. Протокол от 26 марта 2026 г. № 3.

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.....	6
3. Содержание и структура дисциплины	7
4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания	16
5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам.....	19
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине	28
7. Методические материалы по освоению дисциплины (модуля).....	35
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	37
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	41

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:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС (при наличии)	Код компетен ции	Наименован ие Компетенции	Код индикатора достижения компетенци й	Наименование индикатора достижения компетенций	Образователь ный результат
	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	<p>УК-4.1. 3-1. Знает специфику коммуникаций в деловой сфере; основные виды и формы деловых коммуникаций ; основные законы и правила деловой коммуникации в устной и письменной форме, виды деловых писем и документов, фиксирующих социально-правовые отношения</p> <p>УК-4.1. У-1. Умеет использовать разнообразные методы и средства делового общения; организовывает</p>

					<p>ь деловую беседу, переговоры; применять правила деловой коммуникации в устной и письменной форме на русском и иностранном языке в профессиональной сфере, составлять документацию на русском и иностранном языке, осуществлять выбор языковых средств и композиционных форм для конструирования публичного выступления и PR-текстов в соответствии с профессиональными задачами</p>
<p>08.041 Специалист в сфере управления проектами государственно-частного партнерства, утв. приказом Минтруда России от 20.07.2020 № 431н</p> <p>В/03.7 Обеспечение</p>	ПКс-1	<p>Способен осуществлять закупки товаров и заключать государственные контракты на поставки товаров, оказание услуг, выполнение работ для нужд государственного органа</p>	ПКс-1.1	<p>Способен готовить план и обоснование закупок, реализовать мероприятия по общественному обсуждению закупок</p>	<p>ПКс-1.1. 3-13. Знает методы оценки проекта с точки зрения эффективности и применения механизма государственно-частного партнерства</p> <p>ПКс-1.1. У-5. Умеет разрабатывать алгоритмы,</p>

финансово-экономической подготовки проекта государственно-частного партнерства, включая финансовую модель					модели, схемы проекта государственно-частного партнерства
---	--	--	--	--	---

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Общий объем дисциплины:

Очная форма обучения

3,00 з.е., 108 ак. час

Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий:

31 ак. час на контактную работу с преподавателем, из них 6 ак. час на лекции и 14 ак. час на практические занятия, 2 ак. часа на консультацию, 59 ак. час на самостоятельную работу обучающихся.

Заочная форма обучения

3,00 з.е., 108 ак. час

Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий:

12 ак. час на контактную работу с преподавателем, из них 4 ак. час на лекции и 6 ак. час на практические занятия, 2 ак. часа на консультацию, 87 ак. час на самостоятельную работу обучающихся.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Б1.В.01 «Государственные коммуникации и связи с общественностью в современной России» изучается студентами в 1 семестре (очная форма обучения), на 1 курсе (заочная форма обучения) одновременно с изучением:

Б1.О.08 Деловые коммуникации в профессиональной сфере

Б1.В.ДЭ.01.01 Кадровый резерв государственной службы в современной России

Б1.В.ДЭ.01.02 Современная конфликтология

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВС ЕГ О	Объем дисциплины, ак. час											Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации		
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий								Самостоятельная работа					
			Период теоретического обучения				Период промежуточной аттестации (сессия)									
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ	Каттэк	Контроль	СРкп	СРэк		СР	
Л	ВЛ	ЛР	ПЗ													
Тема 1	Информационно-коммуникационные аспекты современного общества	16	6			1									9	Т
Тема 2	Технологии управления общественным мнением	8				2									6	УО
Тема 3	Манипулирование общественным мнением и механизмы защиты	8				1									7	Д-П(дис)
Тема 4	GR в комплексе	8				2									6	Д-П(дис)

	социально-политических коммуникаций и информационных потоков													
Тема 5	Информационно-коммуникационное обеспечение лоббирования	10				2							8	УО
Тема 6	Коммуникационные технологии электронной демократии: зарубежный опыт, перспективы развития для России	10				2							8	УО, К
Тема 7	Имиджмейкинг и брендинг как стратегии повышения конкурентоспособности территории	9				2							7	Д-П(дис)
Тема 8	Глобальные информационно-коммуникационные технологии: противостояние и построение защитного информационного пространства	10				2							8	УО
Промежуточная аттестация		27						2	9			18		экзамен

Итого	108	6			14			2	9			18	59	
-------	-----	---	--	--	----	--	--	---	---	--	--	----	----	--

Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВС ЕГ О	Объем дисциплины, ак.час										Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации		
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий							Самостоятельная работа					
			Период теоретического обучения				Период промежуточной аттестации (сессия)								
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ	Кат тэк	Конт роль	СРк р		СРэк	СР
Л	ВЛ	ЛР	ПЗ												
Тема 1	Информационно-коммуникационные аспекты современного общества	15	4			1								10	Т
Тема 2	Технологии управления общественным мнением	12				1								11	УО
Тема 3	Манипулирование общественным мнением и механизмы защиты	12				1								11	Д-П(дис)
Тема 4	GR в комплексе социально-политических коммуникаций и	12				1								11	Д-П(дис)

	информационных потоков													
Тема 5	Информационно-коммуникационное обеспечение лоббирования	11				1							10	УО
Тема 6	Коммуникационные технологии электронной демократии: зарубежный опыт, перспективы развития для России	13				1							12	УО, К
Тема 7	Имиджмейкинг и брендинг как стратегии повышения конкурентоспособности территории	10											10	Д-П(дис)
Тема 8	Глобальные информационно-коммуникационные технологии: противостояние и построение защитного информационного пространства	12											12	УО
Промежуточная аттестация		11							2		9			экзамен
Итого		108	4			6			2		9		87	

Используемые сокращения:

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

Контроль - контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий для заочной формы обучения

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Информационно-коммуникационные аспекты современного общества. УК-4.1; ПКс-1.1

Коммуникационные технологии как ключевой процесс, определяющий историческое развитие. Информационно-коммуникационная 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. УК-4.1; ПКс-1.1

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 «Спираль 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. УК-4.1; ПКс-1.1

Психолого-социальные аспекты манипулирования. Биологическая, социальная, психологическая, управленческая сторона манипулирования общественным мнением. Критерии манипулирования как явления. Скрытность, неясность, 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. УК-4.1; ПКс-1.1

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 макроокружении, 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. Долгосрочное 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. УК-4.1; ПКс-1.1

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 медиариелейшнз в лоббировании.

Тема 6. Коммуникационные технологии электронной демократии: зарубежный опыт, перспективы развития для России. УК-4.1; ПКс-1.1

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 он-лайн (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. УК-4.1; ПКс-1.1

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 брендинга 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, месседжи. 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 УК-4.1; ПКс-1.1

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. 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. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания

4.1. Оценочные материалы по дисциплине **Б1.В.01«Государственные коммуникации и связи с общественностью в современной России»** входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляет фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В). 	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4). 	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких предложенных	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г). 	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)
Задание закрытого типа на установление	Прочитайте текст и установите	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается 	Ответ считается верным, если правильно указана вся

последовательности	последовательность	<p>последовательность элементов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.</p> <p>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).</p>	последовательность цифр
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать один верный ответ.</p> <p>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.</p> <p>5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).</p>	<p>Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа</p>
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.</p> <p>2. Продумать логику и полноту ответа.</p> <p>3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.</p> <p>4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ</p>	<p>Ответ считается верным:</p> <p>1. Отсутствие фактических ошибок.</p> <p>2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа).</p> <p>3. Обоснованность ответа (наличие аргументов).</p> <p>4. Логическая последовательность излагаемого материала.</p>

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционной системы	Для бинарной системы
95-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
85-94			B	P/ Passed
75-84	Хорошо		C	P/ Passed
65-74			D	P/ Passed
55-64	Удовлетворительно		E	P/ Passed
0-54	Неудовлетворительно		Не зачтено	F

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
60 баллов	40 баллов	100 баллов	100 баллов

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

5.1. В ходе реализации дисциплины используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам):

тестирование, устный опрос, доклад-презентация (дискуссия), кейс

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек):

Типовые задания 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):

Тема 2. Технологии управления общественным мнением

1. Что такое фрейминг в управлении общественным мнением?
2. В чём суть технологии «окно Овертона»?
3. Что такое астротурфинг?
4. Какова роль телевидения как источника новостей в России?
5. Что понимается под «эффектом прицепного вагона»?

Тема 5. Информационно-коммуникационное обеспечение лоббирования

1. Что такое информационный лоббизм?
2. Какие конституционные статьи РФ регулируют основы лоббистской деятельности?
3. Что такое грассрутс-лоббирование?
4. Какова роль экспертных заключений в лоббировании?
5. Что такое «заказные материалы» в контексте лоббирования?

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

1. Какова главная цель электронной демократии в мировом контексте?
2. Какая страна первой в мире внедрила электронное голосование на выборах?
3. Что такое платформа «Российская общественная инициатива»?
4. В чём особенность московского проекта «Активный гражданин»?
5. Какой принцип является ключевым для успешного развития е-демократии?

Тема 8. Глобальные ИКТ: противостояние и построение защитного информационного пространства

1. Что понимается под «суверенным интернетом» в российской практике?
2. Какова роль Центра мониторинга и управления сетью связи общего пользования (ЦМУ ССОП)?
3. Что такое «иностранные агенты» в контексте информационного противоборства?
4. Какие механизмы противодействия фейкам закреплены в российском законодательстве?
5. В чём суть концепции «многополярного информационного пространства»?

Типовые задания для доклада-презентации (дискуссии)

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

Тема 3 Манипулирование общественным мнением и механизмы защиты

1. Цифровой астротурфинг: технологии имитации общественной поддержки и методы их верификации
2. Фрейминг и прайминг в политических коммуникациях: сравнительный анализ российских и зарубежных медиастратегий

3. Фейковые новости и дезинформация: классификация угроз и инструменты развития медиаграмотности
4. Психологические основы влияния на массовое сознание: от классических теорий пропаганды к нейромаркетингу
5. Правовые и технологические механизмы защиты информационного суверенитета: опыт России и международные практики

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

1. Эволюция GR-технологий в России: от неформальных практик к институционализированным стратегиям взаимодействия бизнеса и власти
2. Взаимодействие бизнеса и власти в цифровой среде: новые каналы и форматы GR-коммуникаций
3. Роль экспертных сообществ и аналитических центров (think tanks) в лоббистских процессах: сравнительный анализ
4. Кризисный GR: коммуникационные стратегии в условиях санкционного давления и геополитической нестабильности
5. Измерение эффективности GR-деятельности: метрики, KPI и проблемы оценки нематериальных результатов

Тема 7. Имиджмейкинг и брендинг как стратегии повышения конкурентоспособности территории

1. Национальный бренд России: эволюция стратегий позиционирования на международной арене (2000–2024 гг.)
2. Региональный брендинг в условиях конкуренции за инвестиции и человеческий капитал: лучшие практики российских субъектов
3. Цифровые инструменты продвижения территорий: от социальных сетей до метавселенных
4. Спортивные и культурные мега-события как инструмент территориального брендинга: опыт России и зарубежных стран.
5. Брендинг «умных городов»: как технологии формируют имидж современной урбанистической среды

Типовые задания для тестирования

Тема 1 Информационно-коммуникационные аспекты современного общества.

Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа

1. Какой термин обозначает процесс создания единого информационного пространства за счёт сближения национальных медиасистем и трансграничного обмена данными?
А) Глобализация
Б) Информатизация
В) Конвергенция
Г) Медиатизация
2. Что из перечисленного является ключевым признаком «общества знания» (knowledge

society)?

- А) Доминирование промышленных технологий производства
- Б) Превращение информации и знаний в основной ресурс развития
- В) Усиление роли традиционных институтов социальной стратификации
- Г) Снижение значения образования в социальной мобильности

Задание закрытого типа на установление соответствия

3. Установите соответствие между понятиями и их определениями:

А) Цифровой разрыв

1) Система норм и практик, регулирующих создание, распространение и использование информации в цифровой среде

Б) Информационная культура

2) Неравенство в доступе к ИКТ и цифровым компетенциям между разными группами населения

В) Медиаграмотность

3) Способность критически анализировать медиасообщения и создавать собственный контент

Г) Информационная гигиена

4) Навыки верификации информации и защиты от дезинформации в цифровой среде

4. Установите соответствие между этапами развития информационного общества и их характеристиками:

А) Доиндустриальное общество

1) Доминирование цифровых платформ, больших данных и ИИ

Б) Индустриальное общество

2) Преобладание устной коммуникации и локальных информационных потоков

В) Постиндустриальное общество

3) Массовое производство, стандартизация, развитие печатных и электронных СМИ

Г) Цифровое общество

4) Рост значения услуг, знаний и информационных технологий как фактора производства

Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов

5. Какие из перечисленных факторов способствуют формированию «эхо-камер» в цифровой среде?

А) Алгоритмическая персонализация контента

Б) Высокий уровень медиаграмотности пользователей

В) Селективное восприятие информации

Г) Межплатформенная интеграция источников

Д) Гомофилия в социальных сетях

6. Какие характеристики относятся к понятию «информационная безопасность личности»?

А) Защита персональных данных от несанкционированного доступа

- Б) Обеспечение монополии государства на распространение информации
- В) Формирование навыков критического восприятия контента
- Г) Ограничение доступа к иностранным информационным ресурсам
- Д) Право на цифровое забвение (право на удаление данных)

Задание закрытого типа на установление последовательности

7. Установите правильную последовательность этапов восприятия медиасообщения по модели «AIDA»:

- А) Interest (интерес)
- Б) Action (действие)
- В) Attention (внимание)
- Г) Desire (желание)

8. Установите хронологическую последовательность появления ключевых технологий, повлиявших на развитие информационного общества:

- А) Появление Всемирной паутины (WWW)
- Б) Изобретение печатного станка Гутенберга
- В) Развитие социальных медиа и мобильных платформ
- Г) Массовое распространение телевидения

Задание комбинированного типа с выбором ответа и обоснованием

9. Какой из перечисленных подходов наиболее эффективен для противодействия распространению дезинформации в социальных сетях?

- А) Полная блокировка непроверенных источников
- Б) Обязательная верификация всех пользователей платформ
- В) Развитие критического мышления и медиаграмотности аудитории
- Г) Передача функций модерации исключительно государственным органам

10. Какой фактор в наибольшей степени определяет устойчивость национального информационного пространства в условиях глобальной цифровой конкуренции?

- А) Техническая инфраструктура и суверенные цифровые платформы
- Б) Исключительное доминирование государственных СМИ
- В) Ограничение доступа к международным сервисам
- Г) Унификация контента под единые идеологические стандарты

Задание открытого типа с развёрнутым ответом

11. Назовите три основных признака информационного общества и кратко поясните любой один из них.

12. Что такое «цифровой след» и почему пользователю важно контролировать его формирование? Приведите один пример.

Типовые задания для кейса

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

Кейс №1. Регион РФ планирует пилотный запуск дистанционного электронного голосования (ДЭГ) на муниципальных выборах. Опыт Эстонии показывает высокую эффективность, но в регионе низкий уровень цифровой грамотности среди населения старше 55 лет и недоверие к цифровым процедурам.

Какие два коммуникационных и два технических шага необходимы для минимизации рисков при запуске ДЭГ?

Кейс №2. На федеральном портале «Российская общественная инициатива» накопилось более 200 инициатив, набравших 100 тыс. голосов, но лишь единицы получили реальное рассмотрение. Пользователи жалуются на «формальность» механизма. Зарубежные платформы (например, Change.org, Decide Madrid) демонстрируют более высокую конверсию инициатив в решения. Какие два организационных изменения повысят доверие граждан к механизму электронных инициатив?

Кейс №3. Городская администрация запустила мобильное приложение для обсуждения бюджетных проектов. Статистика показала: 85% пользователей — студенты 18–23 лет, но их предложения редко учитываются при финальном распределении средств. Зарубежные кейсы (например, платформа «v-Partizipation» в Австрии) показывают, что вовлечение молодёжи эффективно при наличии обратной связи и геймификации. Какие два элемента коммуникационной стратегии повысят реальное влияние молодёжи на решения?

Кейс №4. В сельских районах региона только 40% жителей имеют стабильный доступ к интернету. Запуск портала электронных публичных слушаний привёл к тому, что 90% комментариев поступило из городов. Возник риск искажения представительства интересов. В Финляндии и Южной Корее эту проблему решают через офлайн-точки доступа и мобильные бригады. Какие два шага обеспечат инклюзивность цифровых демократических процедур?

Кейс №5. Во время онлайн-обсуждения законопроекта о благоустройстве на региональном портале зафиксирован всплеск однотипных комментариев с новых аккаунтов. Эксперты предполагают использование ботов для имитации общественной поддержки. В ЕС подобные случаи регулируются Digital Services Act, требующим от платформ прозрачности алгоритмов модерации. Какие два механизма верификации и два коммуникационных шага снизят риски манипуляций?

5.3. Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает не менее 2 (двух) и не более 10 (десяти) КТ в течение периода освоения

дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 100 (сто) баллов.

Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля успеваемости по дисциплине и формулы расчета:

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать студент	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)
КТ 1	100	0,2	20
КТ 2	100	0,2	20
КТ 3	100	0,2	20
Итого:	x	0,6	60

Формула расчета результата контрольной точки:

Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ X Коэффициент веса контрольной точки.

5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

КТ – 1.

Тема 1, Тема 2, Тема 3

Устный опрос

Тестирование

Доклад-презентация (дискуссия)

КТ – 2.

Тема 4, Тема 5

Устный опрос

Доклад-презентация (дискуссия)

КТ – 3.

Тема 6, Тема 7, Тема 8

Устный опрос

Доклад-презентация (дискуссия)

Кейс

Для каждой формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ определены критерии оценивания результатов выполнения задания.

Критерии оценивания доклада:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Полнота и точность раскрытия темы	0-25	Детальное, последовательное описание всех этапов с конкретными примерами
Аналитика	0-25	Студент не просто воспроизводит информацию, а демонстрирует её понимание. Умеет применять знания к конкретным управленческим или аналитическим ситуациям. Может выявлять причинно-следственные связи, делать выводы.
Стилистика, грамотность изложения	0-25	Единый стиль изложения, точные формулировки, уместное использование терминов, лаконичность Соблюдены все правила грамматики, орфографии и пунктуации
Логика и структура изложения	0-25	Чёткая последовательность изложения, логические связи между частями текста, аргументы подтверждают выводы
Итого максимально:	100	

Критерии оценивания опроса:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Полнота и правильность ответа	14-20	Детальное, последовательное описание всех этапов с конкретными примерами
	7-13	Поверхностное описание без конкретных примеров
	0-6	Тема раскрыта минимально или не раскрыта вовсе
Логичность и последовательность	14-20	Чёткая последовательность изложения, логические связи между частями, аргументы подтверждают выводы
	7-13	Есть небольшие нарушения логики изложения, некоторые аргументы слабо связаны с выводами
	0-6	Многочисленные ошибки, затрудняющие восприятие ответа
Глубина понимания и аргументации	14-20	Способен не только пересказать материал, но и объяснить его суть, сделать выводы и привести аргументы
	7-13	Пересказывает материал и сделать выводы и привести аргументы
	0-6	Пересказывает материал, но может сделать выводы и привести аргументы
Грамотность изложения (речь и терминология)	14-20	Единый стиль изложения, точные формулировки, уместное использование

		терминов, лаконичность
	7-13	Стиль изложения в целом единый, но есть отдельные нарушения лаконичности или точности формулировок
	0-6	Несоответствие стиля теме, размытые формулировки, избыточность предложений
Владение понятийным аппаратом	14-20	Свободно использует терминологию, соответствующую предмету, объясняет ее значение и правильно применяет в контексте ответа
	7-13	Владеет основной терминологией, но может допускать неточности в ее использовании.
	0-6	Использует терминологию с ошибками или затрудняется объяснить ее значение
Итого максимально:	100	

Критерии оценивания тестовых заданий:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Свыше 80% правильных ответов.	85-100	Обучающийся демонстрирует глубокое познание в освоенном материале.
Свыше 70% правильных ответов.	65-84	Обучающимся материал освоен полностью, без существенных ошибок.
Свыше 50% правильных ответов.	55-64	Обучающимся материал освоен не полностью, имеются значительные пробелы в знаниях.
Менее 50% правильных ответов.	0-54	Обучающимся материал не освоен, знания обучающегося ниже базового уровня.
Итого максимально:	100	

Критерии оценивания кейса:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Анализ ситуации	0-25	Чёткое выявление ключевой проблемы или вызова в кейсе
Применение теоретических знаний	0-25	Предложение конкретного, реализуемого решения (или нескольких альтернатив с обоснованием выбора). Умеет применять знания к конкретным управленческим или аналитическим ситуациям. Может выявлять причинно-следственные связи, делать выводы.
Обоснованность, применимость решения	0-25	Реалистичность предложения с учётом ресурсов, сроков, правовых ограничений
Логика и структура изложения, грамотность	0-25	Чёткая последовательность изложения, логические связи между частями текста, аргументы подтверждают выводы, стилистическая точность
Итого максимально:	100	

5.5. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (*при необходимости*).

-

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация проводится в форме *экзамена*.

Промежуточная аттестация (экзамен) проводится в устной форме.

Обучающийся получает экзаменационный билет с 2 вопросами и кейсом. Обучающийся получает чистые маркированные листы бумаги для подготовки к ответу, затем приступает к подготовке.

На подготовку дается 40 минут. По завершении подготовки необходимо представить ответы в письменном виде, подробно изложив ход выполнения задания, сделать выводы (*при необходимости*).

При реализации промежуточной аттестации в ЭО/ДОТ могут быть использованы следующие формы: устно в ДОТ - в форме обоснованных ответов на задания различного типа; письменно в СДО - в форме письменного решения заданий различного типа; тестирование в СДО.

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации.

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. «Консциентальные войны» современности.
2. GR как технология взаимодействия с органами государственной власти.
3. Бихевиоризм и гештальт-психология как инструменты манипулирования.
4. Виды противоборств в информационной войне.
5. Внешние коммуникации в рамках построения бренда города.
6. Внутренние коммуникации в рамках построения бренда города.
7. Динамическая структура общественного мнения.
8. Дискурсивный синтез новейших способов маркетингового и идеологического продвижения: «мягкая сила», шоу-политика и медиадискурс.
9. Долгосрочное GR-стратегии и бренд-мейкинг.
10. Зарубежный опыт обращения к технологиям электронной демократии
11. Индекс электронного участия.

12. Инструмент для оценки вовлеченности граждан и электронного участия.
13. Интернет как средство манипуляции.
14. Информационная война: история возникновения, подходы к определению.
15. Информационно-коммуникационные технологии сопровождения лоббирования.
16. Информационно-коммуникационный процесс как многоуровневая система.
17. Информационные технологии противодействия терроризму и этноконфессиональному экстремизму.
18. Информация как компонент противостояния геополитических субъектов.
19. Исторические формы продвижения территорий.
20. Когнитивный аспект связей с общественностью в реалиях российского общества.
21. Коммуникационные технологии как ключевой процесс, определяющий историческое развитие.
22. Концепции влияния Интернета на общественную активность.
23. Манипулятивные игры как форма социальной активности индивида (по Э. Берну).
24. Меняющаяся конъюнктура в эпоху социальных медиа.
25. Методы психофизиологического управления аудиторией.
26. Национальный брендинг.
27. Нормативные документы, определяющие развитие аспектов доступа к информации и электронного участия э-правительства в РФ.
28. Общественное мнение как «социальная власть».
29. Основные методы изучения общественного мнения.
30. Основные технологии позиционирования государства в современном мировом пространстве.
31. Особенности организации и сферы применения дискуссионных форм и специальных событий.
32. Особенности формирования общественного мнения больших и малых групп.
33. Позиции РФ в глобальном информационном пространстве: проблемы и технологии. Модель «гексагона» национального имиджа С. Энхольта.
34. Политические коммуникации в современном обществе.
35. Проблемы глобального информационно-коммуникационного пространства.
36. Проблемы и риски «электронной демократии».
37. Психология толпы и технологии управления ею.
38. Психолого-социальные аспекты манипулирования общественным мнением.
39. Сетевые карты в анализе GR.
40. Смысловая, визуальная событийная платформы бренда территории.
41. Современное состояние и перспективы использования технологий электронного участия в современной России.
42. Составляющие городской идентичности.
43. Средства формирования общественного мнения
44. Средства, компоненты и цели информационной войны.
45. Сферы информационной компетенции государственных служащих и общественности.
46. Тактические формы и методы регулирования коммуникаций в сфере GR.
47. Теория установки С. Узнадзе.
48. Территориальность в политике.

49. Технологии коммуникативного менеджмента и интегрированной коммуникации в GR.
50. Технологии медиарилейшнз в лоббировании.
51. Технология брендинга территории (города).
52. Технология построения и технология управления новостями.
53. Тренды современного информационного общества.
54. Управление информационными процессами в органах государственной власти и управления.
55. Установка в PR-текстах и при создании имиджа организации.
56. Формы и способы удовлетворения информационных потребностей граждан.
57. Функции брендинга территории как направления политики
58. Цели и принципы электронного участия граждан.
59. Электронная демократия как компьютеро-опосредованная форма политической коммуникации.
60. Электронное правительство в России: параметры эффективности

Типовой пример ситуационной задачи (кейса)

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

Кейс 1

Причиной крупнейшего в Индии за последние 50 лет скандала стал Интернет. Начало ему положил индийский сайт Tehelka.com, где была опубликована видеолента, сделанная скрытой камерой. На ленте несколько политиков, армейских офицеров и государственных чиновников обсуждают размеры взяток. Пленка зафиксировала даже момент передачи взятки. Журналисты интернет-издания на протяжении нескольких месяцев вели собственное расследование, под видом поставщиков вооружений проталкивая контракт на сумму 870 тысяч долларов. Каковы, по вашему мнению, должны быть действия после скандальной публикации представителя специалиста по связям с общественностью?

Кейс 2

В региональном телеграм-канале появилась информация о том, что чиновник министерства использовал служебный автомобиль в личных целях. Пост набрал 50 тыс. просмотров за 3 часа, начались репосты в федеральных СМИ. Пресс-служба министерства не реагировала 6 часов. Какие три первоочередных действия должен предпринять специалист по связям с общественностью?

Кейс 3

Представитель бизнес-ассоциации предлагает госоргану экспертный доклад с рекомендациями по изменению регулирования отрасли. Документ подготовлен

качественно, но финансирование исследования полностью обеспечено одной крупной компанией — потенциальным бенефициаром изменений. Как специалисту по коммуникациям обеспечить легитимность продвижения данной инициативы?

Кейс 4

Регион запустил кампанию по привлечению туристов под слоганом «Экологически чистый край». Через неделю в соцсетях вирусным стал пост экологов с фото несанкционированных свалок в лесной зоне. Хештег кампании начали использовать с иронией. Какие два коммуникационных шага помогут минимизировать репутационный ущерб?

Кейс 5

В преддверии голосования по региональному законопроекту в мессенджерах распространился фейк: «Принятие документа приведёт к автоматической передаче персональных данных третьим лицам». Сообщение оформлено в стиле официальных уведомлений, содержит логотип госоргана. Вопрос: Какие два канала наиболее эффективны для оперативного опровержения?

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации

ТИП ЗАДАНИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Что является основной целью технологии «фрейминг» в управлении общественным мнением? <ol style="list-style-type: none"> А) Полное блокирование нежелательной информации Б) Подача информации через определённый концептуальный «кадр», формирующий восприятие аудитории В) Массовая рассылка одинаковых сообщений в социальных сетях Г) Проведение социологических опросов для измерения рейтингов 2. Какой конституционный принцип РФ создаёт правовую основу для лоббистской деятельности? <ol style="list-style-type: none"> А) Принцип разделения властей Б) Принцип федерализма В) Право граждан на участие в управлении делами государства (ст. 32 Конституции РФ) Г) Принцип светского государства

<p>Задание закрытого типа на установление соответствия</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.</p> <p>2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.</p> <p>3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.</p> <p>4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).</p>	<p>3. Установите соответствие между технологиями управления общественным мнением и их характеристиками:</p> <p>Список 1 (Технология) Список 2 (Характеристика)</p> <p>А) Астротурфинг 1) Постепенное расширение границ допустимого в публичном дискурсе Б) Окно Овертона 2) Имитация спонтанной общественной поддержки через анонимные аккаунты В) Прайминг 3) Активизация в сознании аудитории определённых ассоциаций перед восприятием сообщения Г) Спин-докторинг 4) Интерпретация событий в выгодном для заказчика ключе через медиа</p> <p>4. Установите соответствие между инструментами электронной демократии и их функциями:</p> <p>Список 1 (Инструмент) Список 2 (Функция)</p> <p>А) «Российская общественная инициатива» 1) Геймификация участия горожан в обсуждении городских решений Б) «Активный гражданин» (Москва) 2) Официальный портал для размещения гражданских инициатив федерального уровня В) «Госуслуги. Решаем вместе» 3) Платформа для сбора обращений граждан по вопросам благоустройства Г) Электронные петиции на РОИ 4) Механизм обязательного рассмотрения инициатив, набравших 100 000 голосов</p>
<p>Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать несколько правильных ответов.</p> <p>4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).</p>	<p>5. Какие из перечисленных механизмов относятся к правовым инструментам защиты информационного пространства РФ? (выберите 3 правильных ответа)</p> <p>А) Право Роскомнадзора блокировать ресурсы с недостоверной общественно значимой информацией Б) Законодательное регулирование статуса «иностранный агент» В) Обязательная предустановка российского ПО на устройства Г) Создание Центра мониторинга и управления сетью связи общего пользования (ЦМУ ССОП) Д) Введение государственной монополии на все социальные сети</p> <p>6. Какие компоненты входят в стратегию территориального брендинга? (выберите 3 правильных ответа)</p> <p>А) Формирование уникального торгового предложения территории Б) Интеграция культурного наследия и</p>

		<p>современных достижений</p> <p>В) Полное копирование успешных зарубежных брендов без адаптации</p> <p>Г) Использование цифровых каналов продвижения (соцсети, виртуальные туры)</p> <p>Д) Исключение участия местного сообщества в разработке бренда</p>
<p>Задание закрытого типа на установление последовательности</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.</p> <p>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).</p>	<p>7. Установите правильную последовательность этапов реализации GR-кампании:</p> <p>А) Мониторинг результатов и корректировка стратегии</p> <p>Б) Определение целей и целевых аудиторий</p> <p>В) Разработка ключевых сообщений и выбор каналов коммуникации</p> <p>Г) Анализ стейкхолдеров и политического контекста</p> <p>8. Установите хронологическую последовательность внедрения ключевых цифровых платформ е-демократии в России:</p> <p>А) Запуск портала «Госуслуги»</p> <p>Б) Появление платформы «Российская общественная инициатива»</p> <p>В) Запуск проекта «Активный гражданин» в Москве</p> <p>Г) Интеграция механизма общественных инициатив в ЕСИА</p>
<p>Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать один верный ответ.</p> <p>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.</p> <p>5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).</p>	<p>9. Какой подход к оценке эффективности лояльности граждан к государственным инициативам является наиболее комплексным?</p> <p>А) Только количественные метрики (охват, количество участников)</p> <p>Б) Только качественные показатели (удовлетворённость, доверие)</p> <p>В) Сочетание количественных и качественных индикаторов с учётом контекста</p> <p>Г) Оценка исключительно по финансовым затратам на коммуникации</p> <p>10. Почему при построении защитного информационного пространства важно соблюдать баланс между безопасностью и открытостью?</p> <p>А) Потому что это требование международных организаций</p> <p>Б) Потому что избыточные ограничения могут снизить инновационный потенциал и доверие</p>

		<p>граждан</p> <p>В) Потому что открытость всегда приоритетнее безопасности</p> <p>Г) Потому что это снижает затраты на администрирование</p>
Задание открытого типа с развернутым ответом	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.</p> <p>2. Продумать логику и полноту ответа.</p> <p>3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.</p> <p>4. В случае расчетной задачи записать решение и ответ</p>	<p>11. Опишите, как технологии big data могут быть использованы в государственном управлении общественным мнением, и назовите два этических риска такого применения.</p> <p>12. Сравните подходы к регулированию лоббистской деятельности в России и США. Укажите одно сходство и два ключевых различия.</p>

6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок	40
Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.	30-39
Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.	20-29
Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей,	0-19

обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.	
---	--

7. Методические материалы по освоению дисциплины (модуля)

При подготовке к аудиторным занятиям студенты должны ознакомиться с соответствующими темами, материал по которым содержится в указанной в данной рабочей программе основной литературе. При подготовке ответов на контрольные вопросы по теме, а также при выполнении тренировочных заданий по уже пройденной теме, студенты используют рекомендованную в данной рабочей программе дополнительную литературу.

Изучение курса Б1.В.01 Государственные коммуникации и связи с общественностью в современной России предполагает следующие виды самостоятельной работы студента:

- работа с конспектами лекций в процессе подготовки к семинарским занятиям;
- 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;

Рекомендации по поиску, сбору и обработке информации.

Проблема поиска, сбора и обработки информации имеет два основных аспекта: определение источников информации и выбор методов ее анализа. Что касается источников информации при подготовке к эссе, то, во-первых, к ним относятся различные сборники законодательных и подзаконных актов, содержащие тексты решений и их официальные реквизиты. Существуют электронные каталоги и базы нормативных актов и официальных документов (не все госрешения носят нормативный характер), как упомянутые уже ранее юридические инфосистемы «Консультант Плюс», «Система Гарант» и пр. Имеются ведомственные базы документов, часть из которых выставлена на Интернет-сайтах соответствующих государственных органов.

Во-вторых, существует и иной тип информации (официальной и неофициальной) о ситуационном контексте или некоей предыстории принятия того или иного решения, и также затронутых в нем социальных интересов. Она может исходить из источников в СМИ и Интернета, из мемуарных источников и экспертного сообщества, из данных социологических исследований и государственной статистики, и

др. И, в-третьих, существует и специальная информация экспертного плана о «цене и качестве» решения, то есть о целесообразности его принятия и эффективности его результатов.

Другая сторона проблемы упирается в отбор методов, их комбинации при построении методики изучения и проектирования отдельного политического решения. Достаточно типичными методами анализа являются анализ документов (постановлений, регламентов, протоколов и т.д.), невключенное наблюдение, глубинное интервью, экспертная оценка, опрос экспертов, фокус-группа, ивент-анализ, вторичный анализ социологических и статистических данных и др.

Рекомендации по подготовке оценочных средств

1. Устный опрос проводится для оценки уровня знаний терминов и понятий, а также для выявления навыков аналитического и системного мышления. Для успешной подготовки к устному опросу студенту следует обратить внимание на основные термины и понятия, а также контрольные вопросы.

2. Доклад-презентация позволяет оценить глубину освоения теоретической информации, содержащейся в учебной и монографической литературе, умение сопоставлять разные источниковедческие подходы, проследить развитие исследований по какой-либо проблеме. При подготовке доклада-презентации следует обратить внимание на основные приемы анализа источников.

3. Тестирование – термин «тест» впервые введен американским психологом Джеймсом Кеттеллом в 1890г. «Тест» происходит от английского слова «test» и означает в широком смысле слова испытание, исследование, опыт. В педагогике чаще всего термин «тест» определяется как система заданий специфической формы, определенного содержания, возрастающей трудности, позволяющая объективно оценить структуру и качественно измерить уровень подготовленности обучающихся.

4. Кейс - анализ конкретных учебных ситуаций (case study) — метод обучения, предназначенный для совершенствования навыков и получения опыта в следующих областях: выявление, отбор и решение проблем; работа с информацией — осмысление значения деталей, описанных в ситуации; анализ и синтез информации и аргументов; работа с предположениями и заключениями; оценка альтернатив; принятие решений; слушание и понимание других людей — навыки групповой работы.

Методические рекомендации по подготовке доклада.

Подготовка доклада – это вид самостоятельной работы, способствующий формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, приучает критически мыслить. При написании доклада по заданной теме составляют план, подбирают основные источники. В процессе работы с источниками, систематизируют полученные сведения, делают выводы и обобщения. Подготовка доклада требует от обучающегося большой самостоятельности и серьезной интеллектуальной работы, которая принесет наибольшую пользу, если будет включать с себя следующие этапы: – изучение наиболее важных научных работ по данной теме, перечень которых, как правило, дает сам преподаватель; – анализ изученного материала, выделение наиболее значимых для раскрытия темы фактов, мнений разных ученых и научных положений; – обобщение и логическое построение материала доклада, например, в форме развернутого плана; – написание текста доклада с соблюдением требований научного стиля. Построение доклада включает три части: вступление, основную часть и заключение. Во вступлении указывается тема доклада,

устанавливается логическая связь ее с другими темами или место рассматриваемой проблемы среди других проблем, дается краткий обзор источников, на материале которых раскрывается тема и т. п. Основная часть должна иметь четкое логическое построение, в ней должна быть раскрыта тема доклада. В заключении обычно подводятся итоги, формулируются выводы, подчеркивается значение рассмотренной проблемы и т. п.

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

8.1. Основная литература

1. GR и лоббизм: теория и технологии : учебник для вузов / под редакцией В. А. Ачкасовой, И. Е. Минтусова, О. Г. Филатовой. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 438 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14000-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560059> (дата обращения: 21.04.2026).
2. Борщевский, Г. А. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для вузов / Г. А. Борщевский. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 262 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21393-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569895> (дата обращения: 21.04.2026).
3. Киселева, А. М. Публичные решения : учебник для вузов / А. М. Киселева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 170 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14349-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/567692> (дата обращения: 21.04.2026).
4. Марков, А. А. Связи с общественностью в органах власти : учебник / А.А. Марков. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 190 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/2518. - ISBN 978-5-16-006212-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1819448> (дата обращения: 21.04.2026). – Режим доступа: по подписке.
5. Связи с общественностью в органах власти : учебник для вузов / под редакцией М. М. Васильевой. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 405 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20393-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560204> (дата обращения: 21.04.2026).

8.2. Дополнительная литература.

1. GR. Взаимодействие бизнеса и органов власти : учебник и практикум для вузов / под редакцией Е. И. Марковской. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 392 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-

- 534-19006-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561276> (дата обращения: 21.04.2026).
2. Королева, О. В. Брендинг туристских территорий : учебное пособие для вузов / О. В. Королева, Е. С. Милинчук. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 273 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15348-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520478> (дата обращения: 21.04.2026)
 3. 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.
 4. 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.
 5. Пушкарева, Галина Викторовна.. Политический менеджмент [Электронный ресурс] / Г. В. Пушкарева ; МГУ имени М.В. Ломоносова - М.:Юрайт, 2016- 365 с.
 6. Франц, Валерия Андреевна. Управление общественным мнением [Электронный ресурс] / В. А. Франц. - Электрон. дан. - М. : Юрайт, 2017. - 133 с.
 7. 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.
 8. 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.
 9. Данилова А. А. Манипулирование словом в средствах массовой информации / А. А. Данилова. - 2-е изд. - М. :Добросвет [и др.], 2011. - 229 с.
 10. 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.
 11. 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.
 12. Чумиков, А. Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 343 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_592bf62f2c4f86.51817652. - ISBN 978-5-16-013075-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1843579>
 13. Динни, К. Брендинг территорий. Лучшие мировые практики /Под ред. КейтаДинни; пер. с англ. Веры Сечной. – М.- Манн, Иванов и Фербер, 2013 – 336 с.

8.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

1. Конституция РФ
2. Федеральный закон от 21 июля 2014 г. N 212-ФЗ "Об основах общественного контроля в Российской Федерации. URL: <https://rg.ru/2014/07/23/zakon-dok.html>
3. Федеральный закон от 18.07.2011 № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц».
4. Федеральный закон "О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации" от 13.07.2015 N 224-ФЗ
5. Федеральный закон "О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации" от 02.05.2006 N 59-ФЗ
6. Федеральный закон "О противодействии коррупции" от 25.12.2008 N 273-ФЗ
7. Федеральный закон "Об Общественной палате Российской Федерации" от 04.04.2005 N 32-ФЗ
8. Федеральный закон "О некоммерческих организациях" от 12.01.1996 N 7-ФЗ

8.4. 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.

8.5. Иные источники

- Агентство социальной информации: <http://www.asi.org.ru/>.
- Администрация Президента - <http://www.kremlin.ru/>
- Администрация Президента - <http://www.kremlin.ru/>
- Ассоциация менеджеров России – <http://www.amr.ru>
- Государственная Дума Федерального Собрания РФ - <http://www.duma.gov.ru/>
- Государственная Дума Федерального Собрания РФ - <http://www.duma.gov.ru/>
- Институт лоббизма: <http://lobbyinst.org/>
- Институт социально-политических исследований <http://www.isprras.ru/> –
- Институт социологии РАН: <http://www.isras.ru>
- Интернет-портал «Все о лоббизме» - <http://www.lobbyism.ru>
- Интернет-портал «Все о лоббизме» - <http://www.lobbyism.ru>
- Интернет-портал «Политанализ.ру» – <http://www.politanaliz.ru>
- Между бизнесом и властью <http://gr-news.ru/>
- Международный Институт политической экспертизы - <http://www.stratagema.org>
- Министерство иностранных дел РФ - <http://www.mid.ru/>>.
- Министерство юстиции РФ - www.minjust.ru
- Общероссийский гражданский форум: <https://civil-forum.ru> .
- Общественная палата РФ: <https://oprfr.ru/ru/1449/2133/> .

- Официальная Россия: Органы государственной власти РФ - <http://www.gov.ru/>
- Правительство РФ - <http://www.government.gov.ru/>
- Правительство РФ - <http://www.government.gov.ru/>
- Российский общественно-политический центр (РОПЦ) – <http://www.politeia.ru>
- Совет Федерации Федерального Собрания РФ - <http://www.council.gov.ru/>>
- Совет Федерации Федерального Собрания РФ - <http://www.council.gov.ru/>
- Фонд развития парламентаризма в России (ФРПР) – <http://www.legislature.ru>
- Фонд эффективной политики (ФЭП) – <http://www.fep.ru>
- Центр по изучению проблем взаимодействия бизнеса и власти - <http://www.lobbying.ru>
- Центр по изучению проблем взаимодействия бизнеса и власти - <http://www.lobbying.ru>
- Центр политических технологий (ЦПТ) – <http://www.cpt.ru>; <http://www.politcom.ru>
- Центр политической информации (ЦПИ) – <http://www.spic-centre.ru>
- Центр политической конъюнктуры России (ЦПКР) – <http://www.ancentr.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>

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

№ п/п	Наименование
1.	Специализированные залы для проведения лекций.
2.	Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами (в том числе для проведения занятий лабораторного типа).

3.	Технические средства обучения: Многофункциональный мультимедийный комплекс в лекционной аудитории; звуковые динамики; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов.
4.	Персональные компьютеры с доступом к электронному каталогу, полнотекстовым базам, подписным ресурсам и базам данных научной библиотеки СЗИУ РАНХиГС.
5.	Технические средства обучения: Персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов в форматах AVI, MPEG-4, DivX, RMVB, WMV.