

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

Институт государственной службы и управления

Кафедра общественных связей и медиаполитики

УТВЕРЖДЕНА

кафедрой общественных связей и
медиаполитики

Протокол от «27» июня 2017 г. № 11

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.6.1 Организация работы отдела по связям с общественностью в органах государственного и муниципального управления

ОРОСООГМУ

(краткое наименование дисциплины)

38.04.04 Государственное и муниципальное управление

(код, наименование направления подготовки)

Общественные связи и медиаполитика

(направленность (профиль))

магистр

(квалификация)

Очная, очно-заочная, заочная

(форма обучения)

Год набора 2017

Москва, 2017 г.

Автор—составитель:

Профессор, доктор социологических наук, профессор кафедры общественных связей и медиаполитики Назарова Е.А.

Заведующий кафедрой:

И.О. заведующего кафедрой общественных связей и медиаполитики, доктор социологических наук, профессор Шарков Ф.И.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО	5
3. Содержание и структура дисциплины	6
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине	11
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	21
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	23
6.1. Основная литература.....	23
6.2. Дополнительная литература	23
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы	24
6.4. Нормативные правовые документы	24
6.5. Интернет-ресурсы.....	25
6.6. Иные источники.....	25
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	25

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

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.6.1 Организация работы отдела по связям с общественностью в органах государственного и муниципального управления обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Освоение компетенции
ПК-1	владением технологиями управления персоналом, обладанием умениями и готовностью формировать команды для решения поставленных задач	ПК-1.2	Способность и готовность формировать команды для решения поставленных задач, владение техниками делового общения
ПК-3	способностью планировать и организовывать работу органа публичной власти, разрабатывать организационную структуру, адекватную стратегии, целям и задачам, внутренним и внешним условиям деятельности органа публичной власти, осуществлять распределение функций, полномочий и ответственности между исполнителями	ПК-3.2	Способность разрабатывать организационную структуру, адекватную стратегии, целям и задачам, внутренним и внешним условиям деятельности органа публичной власти, его пресс-службы или отделу по связям с общественностью и осуществлять распределение функций, полномочий и ответственности между исполнителями, а также владение навыками проведения выставочной, конгрессной деятельности в рамках своей профессиональной деятельности.

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения

- организовывать и планировать информационную и коммуникативную деятельность органов публичной власти, формировать организационные структуры управления соответствующими структурными подразделениями, распределять функции, полномочия и ответственность;	ДПК-6-1	на уровне знаний: знает основные техник делового общения.
		на уровне умений: умеет выстраивать деловые коммуникации в организации для решения поставленных производственных задач
		на уровне навыков: владеет техниками делового общения и умение их применять для решения поставленных производственных задач
	ДПК-6-1	на уровне знаний: самостоятельно, описывает организационную структуру и функции подразделений органа публичной власти – пресс службу и отдел по связям с общественностью
		на уровне умений: способен на практике применить навыки распределения функций и ответственности между исполнителями, в том числе, при проведении конгрессов, выставок и ярмарок в рамках профессиональной деятельности
		на уровне навыков: способен оценить соответствие (адекватности) действующей/проектируемой организационной структуры публичного органа, его стратегии, целям и задачам, а также внутренним и внешним условиям

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины Б1.В.ДВ.6.1 Организация работы отдела по связям с общественностью в органах государственного и муниципального управления составляет 3 зачётные единицы, 108 часов.

Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем для очной формы обучения составляет 36 часов (лекции - 6 часов, практические занятия – 12 часов); очно-заочной формы обучения составляет 18 часов (4 лекции, 14 – практические занятия), для заочной – 12 часов (2 - лекции, 10 – практические занятия). Самостоятельная работа для очной формы – 90 часа, очно-заочной - 90 часов, для заочной формы обучения – 92 часа.

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.6.1 Организация работы отдела по связям с общественностью в органах государственного и муниципального управления предусмотрена для очной и заочной формы обучения в 3 семестре, по очно-заочной форме обучения – в 4 семестре.

Б1.В.ДВ.6.1 Организация работы отдела по связям с общественностью в органах государственного и муниципального управления входит в Блок дисциплин по выбору студентов.

В содержательном плане дисциплина опирается на освоение обучающимися дисциплины: Б1.В.ОД.3 «Современные теории коммуникации» (1 семестр).

Достижение планируемых результатов обучения служит основой для прохождения дисциплины ФТД.1 «Социология общественного мнения».

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – зачет.

3. Содержание и структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемост и ⁺ , промежуточ ной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Очная форма обучения								
1	Цели, функции и задачи отделов по связям с общественностью в государственном и муниципальном управлении	10	2				8	Д
2	Роль и место отдела по связям с общественностью.	10			2		8	О, Д
3	Элементы политического консалтинга в работе отделов по связям с общественностью в системе ГМУ	10			2		8	О, Д
4	Структура отдела по связям с общественностью в государственном и муниципальном управлении	10	2				8	О, Д
5	Организационно-техническое и кадровое обеспечение отделов по связям с общественностью.	10			2		8	О
6	Внешние связи. Протокол. Использование сувенирной продукции в представительских целях.	12			2		10	Д
7	Имидж публичного политика, политической структуры и использование его в работе отделов по связям с общественностью (разработка и подготовка пресс-релизов, пресс-портретов, брендов и т.д.).	12	2				10	О
8	Организация издательской деятельности	12			2		10	О
9	Взаимодействие отдела по связям с общественностью в органах государственного и муниципального управления.	10					10	О
10	Организация специальных мероприятий: выставки, конференции, слушания, круглые столы, форумы и праздников (дни регионов города на своей территории и в другом регионе (городе)).	12			2		10	Д
	Всего							

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Очная форма обучения								
	Форма промежуточной аттестации							Зачет
	Итого:	108	6		12		90	
Очно-заочная форма обучения								
1	Цели, функции и задачи отделов по связям с общественностью в государственном и муниципальном управлении	10	2				8	Д
2	Роль и место отдела по связям с общественностью.	10			2		8	О, Д
3	Элементы политического консалтинга в работе отделов по связям с общественностью в системе ГМУ	10			2		8	О, Д
4	Структура отдела по связям с общественностью в государственном и муниципальном управлении	10			2		8	О, Д
5	Организационно-техническое и кадровое обеспечение отделов по связям с общественностью.	10			2		8	О
6	Внешние связи. Протокол. Использование сувенирной продукции в представительских целях.	12	2				10	Д
7	Имидж публичного политика, политической структуры и использование его в работе отделов по связям с общественностью (разработка и подготовка пресс-релизов, пресс-портретов, брендов и т.д.).	12			2		10	О
8	Организация издательской деятельности	12			2		10	О
9	Взаимодействие отдела по связям с общественностью в органах государственного и муниципального управления.	12			2		10	О
10	Организация специальных мероприятий: выставки, конференции, слушания, круглые столы, форумы и праздников (дни регионов города на своей территории и в другом регионе (городе)).	10					10	Д

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемост и*, промежуютч ной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Очная форма обучения								
	Всего	108	4		14		90	
	Форма промежуточной аттестации							Зачет
	Итого:	108	4		14		90	

*Формы текущего контроля: опрос (О), эссе (Э), коллоквиум (К), диспут (Д), домашнее задание (ДЗ), тестирование (Т), рубежный контроль (РК) и др.

** - формы промежуточной аттестации: зачет

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости и*, промежуточ ной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Заочная форма обучения								
1	Цели, функции и задачи отделов по связям с общественностью в государственном и муниципальном управлении	10	2				8	Д
2	Роль и место отдела по связям с общественностью.	10			2		8	О, Д
3	Элементы политического консалтинга в работе отделов по связям с общественностью в системе ГМУ	8					8	О, Д
4	Структура отдела по связям с общественностью в государственном и муниципальном управлении	10			2		8	О, Д
5	Организационно-техническое и кадровое обеспечение отделов по связям с общественностью.	10					10	О
6	Внешние связи. Протокол. Использование сувенирной продукции в представительских целях.	10					10	Д
7	Имидж публичного политика, политической структуры и использование его в работе отделов по связям с общественностью (разработка и подготовка пресс-релизов, пресс-портретов, брендов и т.д.).	12			2		10	О
8	Организация издательской деятельности	10					10	О

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости и', промежуточ ной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Заочная форма обучения								
9	Взаимодействие отдела по связям с общественностью в органах государственного и муниципального управления.	12			2		10	О
10	Организация специальных мероприятий: выставки, конференции, слушания, круглые столы, форумы и праздников (дни регионов города на своей территории и в другом регионе (городе)).	12			2		10	Д
	Всего	104	2		10		92	
	Форма промежуточной аттестации	4						Зачет
	Итого:	108	2		10		92	

*Формы текущего контроля: опрос (О), эссе (Э), коллоквиум (К), диспут (Д), домашнее задание (ДЗ), тестирование (Т), рубежный контроль (РК) и др.

** - формы промежуточной аттестации: зачет

Содержание дисциплины

Тема 1. Цели, функции и задачи отделов по связям с общественностью в государственном и муниципальном управлении

Задачи отдела в области стратегии и тактики, создании имиджа и устойчивой позитивной репутации органа государственного и муниципального управления. Профессиограмма специалистов отдела по связям с общественностью, способы оценки эффективности их работы и отдела в целом.

Тема 2. Роль и место отдела по связям с общественностью.

Система подчиненности подразделений в органах государственного и муниципального управления. Место и роль отдела по связям с общественностью в типовой структуре территориального и отраслевого уровня управления. Необходимость распространения объективной информации о деятельности органов власти. Уровни согласования планов работы отдела по связям с общественностью.

Тема 3. Элементы политического консалтинга в работе отделов по связям с общественностью в системе ГМУ

Модели политического консалтинга и их применение в работе отделов по связям с общественностью в органах государственной власти и органах местного самоуправления. Использование элементов политического консалтинга в процессе формирования и поддержки лидера организации (учреждения). Применения на практике моделей экспертного, процессного, обучающего политического консалтинга.

Тема 4. Структура отдела по связям с общественностью в государственном и муниципальном управлении

Функциональные принципы построения структуры отдела. Виды отделов и подразделений по связям с общественностью. Исследовательско-аналитический сегмент: методы сбора и анализа информации; мониторинг информации; тематический пресс-кипинг и пресс-досье. Пресс-центр: организация работы в соответствии с основными принципами государственной информационной политики, связь со СМИ, ведение с ними совместных проектов, взаимодействие с пресс-службами госструктур различного уровня, участие в пресс-конференциях и других информационных предприятиях. Копираторский сегмент (литературная группа): подготовка основных PR-документов. Спичрайтинг: подготовка статей, интервью с руководителями органов государственного и муниципального управления. Производственный сегмент: поддержание деловых отношений с типографиями, съемочными группами и студиями звукозаписи, обновление информации на сайте. Сектор специальных мероприятий (выставки, конференции, праздники, юбилеи). Итоговый отчет о проделанной работе.

Тема 5. Организационно-техническое и кадровое обеспечение отделов по связям с общественностью.

Техническое оснащение. Оргтехника и программное обеспечение. Специфика набора специалистов. Профессиональные требования к PR-специалистам. Представительские функции по связям с общественностью. Профессиональная этика в работе отдела. Понятие кадровой работы. Вопросы оплаты труда. Особенности приема на работу и увольнения государственных гражданских служащих. Контракт и разовые договоры при приеме на работу. Требования к персоналу. Вопросы дисциплины и самодисциплины

Тема 6. Внешние связи. Протокол. Использование сувенирной продукции в представительских целях.

Представительские функции органов государственного и муниципального управления. Обеспечение приемов, информационное и протокольное сопровождение зарубежных представителей и делегаций. Работа с делегациями из субъектов Федерации. Обеспечение выезжающих собственных и прибывающих сторонних делегаций продукцией сувенирного характера. Особенности подбора, тематики и ассортимента сувениров и изделий народных художественных промыслов

Тема 7. Имидж публичного политика, политической структуры и использование его в работе отделов по связям с общественностью (разработка и подготовка пресс-релизов, пресс-портретов, брендов и т.д.).

Имидж публичного политика, политической структуры и использование его в работе отделов по связям с общественностью. Одной из главных целевых задач деятельностью PR-служб и взаимодействующих с ними СМИ является формирование благоприятного имиджа политического лидера и (или) организации - будь то властная структура (включая государственную службу в целом, ее конкретное подразделение) или коммерческая организация. Разработка и подготовка пресс-релизов, пресс-портретов, брендов и т.д. Деловая игра: организация и проведение пресс-конференции

Тема 8. Организация издательской деятельности

Организация издательской деятельности. Особенности издательской деятельности в государственном и муниципальном управлении. Требования к издаваемым сборникам,

другим печатным материалам. Кадровый состав издательского подразделения отдела по связям с общественностью. Проблема финансирования издательских работ. Необходимость учреждения печатных периодических изданий в органах государственного и муниципального управления. Система организации производства печатных изданий. Издания для внутреннего пользования. Вопросы финансирования, планирования работы, подбор кадров. Особенности газетного издания. Требования к качеству материалов и иллюстраций. Работа с авторами. Вопросы распространения. Подготовка порядка сдачи материалов в печать.

Тема 9. Взаимодействие отдела по связям с общественностью в органах государственного и муниципального управления.

Взаимодействие отдела по связям с общественностью в органах государственного и муниципального управления.

Основные виды целевых аудиторий: население (избиратели, налогоплательщики, клиенты); политические партии и выборные должностные лица; профсоюзы; гражданские объединения; средства массовой информации. Особенности выстраивания отношений с целевыми аудиториями. Разработать модели и примерные темы взаимодействия отделов по связям с общественностью с различными социальными группами.

Тема 10. Организация специальных мероприятий: выставки, конференции, слушания, круглые столы, форумы и праздников (дни регионов города на своей территории и в другом регионе (городе)).

Организация специальных мероприятий: выставки, конференции, слушания, круглые столы, форумы и праздников (дни регионов города на своей территории и в другом регионе (городе)). Виды специальных мероприятий, особенности планирования их организации и проведения. Требования к качеству видеоматериалов, предъявляемые телеканалами. Планирование финансирования и производства видеопродукции. Особенности работы с внештатными авторами при производстве видеопродукции. Роль выставок в деятельности органов государственного и муниципального управления. Планирование выставочной деятельности. Особенности постоянных и временных экспозиций. Понятие праздника, торжеств по случаю юбилейных дат. Цели и функции, виды и формы праздников. Особенности их организации и проведения.

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

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

В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.6.1 Организация работы отдела по связям с общественностью в органах государственного и муниципального управления используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема и/или раздел	Методы текущего контроля успеваемости
Цели, функции и задачи отделов по связям с общественностью в государственном и муниципальном управлении	Д
Роль и место отдела по связям с общественностью.	О, Д
Элементы политического консалтинга в работе отделов по связям с общественностью в системе ГМУ	О, Д
Структура отдела по связям с общественностью в государственном и муниципальном управлении	О, Д
Организационно-техническое и кадровое обеспечение отделов по связям с общественностью.	О
Внешние связи. Протокол. Использование сувенирной продукции в представительских целях.	Д
Имидж публичного политика, политической структуры и использование его в работе отделов по связям с общественностью (разработка и подготовка пресс-релизов, пресс-портретов, брендов и т.д.).	О
Организация издательской деятельности	О
Взаимодействие отдела по связям с общественностью в органах государственного и муниципального управления.	О
Организация специальных мероприятий: выставки, конференции, слушания, круглые столы, форумы и праздников (дни регионов города на своей территории и в другом регионе (городе)).	Д

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости.

Преподаватель оценивает уровень подготовленности обучающихся к занятию по следующим показателям:

- устные ответы на вопросы преподавателя по теме занятия,
- выступление с докладами по вопросам к опросам,
- участие в обсуждении докладов.

Критерии оценивания доклада:

- степень усвоения понятий и категорий по теме;
- умение работать с документальными и литературными источниками;
- грамотность изложения материала;
- самостоятельность работы, наличие собственной обоснованной позиции.

Оценка знаний, умений, навыков проводится на основе балльно-рейтинговой системы 70% из 100% (70 баллов из 100) - вклад по результатам посещаемости занятий, активности на занятиях, выступления с докладами, участия в обсуждениях докладов других обучающихся, ответов на вопросы преподавателя в ходе занятия, защита реферата.

Детализация баллов и критерии оценки текущего контроля успеваемости утверждается на заседании кафедры.

Вопросы темы для подготовки к опросам (темы докладов):

Тема 1.

Задачи отдела в области стратегии и тактики, создании имиджа и устойчивой позитивной репутации органа государственного и муниципального управления.

1. Профессиограмма специалистов отдела по связям с общественностью, способы оценки эффективности их работы и отдела в целом.
2. Система подчиненности подразделений в органах государственного и муниципального управления.
3. Место и роль отдела по связям с общественностью в типовой структуре территориального и отраслевого уровня управления.
4. Необходимость распространения объективной информации о деятельности органов власти.
5. Уровни согласования планов работы отдела по связям с общественностью.
6. Применение социологических и психологических методов сбора данных в изучении общественных структур, процессов и отношений.

Тема 2.

1. Использование моделей политического консалтинга в деятельности отделов по связям с общественностью в ГМУ.
2. Элементы политического консалтинга для формирования имиджа политического лидера, организации.
3. Применения на практике в деятельности отделов по связям с общественностью и пресс-служб моделей экспертного, процессного, обучающего политического консалтинга.
4. Исследование, планирование, реализация программы, оценка эффективности PR-акций.

Тема 3.

1. Функциональные принципы построения структуры отдела.
2. Виды отделов и подразделений по связям с общественностью. Исследовательско-аналитический сегмент: методы сбора и анализа информации; мониторинг информации; тематический пресс-кипинг и пресс-досье.
3. Пресс-центр: организация работы в соответствии с основными принципами государственной информационной политики, связь со СМИ, ведение с ними совместных проектов, взаимодействие с пресс-службами госструктур различного уровня, участие в пресс-конференциях и других информационных мероприятиях.
4. Копираторский сегмент (литературная группа): подготовка основных PR-документов.
5. Спичрайтинг: подготовка статей, интервью с руководителями органов государственного и муниципального управления.
6. Производственный сегмент: поддержание деловых отношений с типографиями, съемочными группами и студиями звукозаписи, обновление информации на сайте.

Тема 4.

1. Техническое оснащение.
2. Оргтехника и программное обеспечение.
3. Специфика набора специалистов. Профессиональные требования к PR-специалистам.
4. Представительские функции по связям с общественностью. Профессиональная этика в работе отдела.
5. Понятие кадровой работы. Вопросы оплаты труда. Особенности приема на работу и увольнения государственных гражданских служащих. Контракт и разовые

договоры при приеме на работу. Требования к персоналу. Вопросы дисциплины и самодисциплины.

Тема 5.

1. *Представительские функции органов государственного и муниципального управления.*
2. *Обеспечение приемов, информационное и протокольное сопровождение зарубежных представителей и делегаций.*
3. *Работа с делегациями из субъектов Федерации.*
4. *Обеспечение выезжающих собственных и прибывающих сторонних делегаций продукции сувенирного характера.*
5. *Особенности подбора, тематики и ассортимента сувениров и изделий народных художественных промыслов*

Тема 6.

1. *Консультации по методике и технике формирования и поддержания имиджа политической структуры и лидера*
2. *Имидж публичного политика, политической структуры и использование его в работе отделов по связям с общественностью.*
3. *Разработка и подготовка пресс-релизов, пресс-портретов, брендов и т.д..*

Тема 7.

1. *Организация и особенности издательской деятельности в государственном и муниципальном управлении.*
2. *Требования к издаваемым сборникам, другим печатным материалам.*
3. *Кадровый состав издательского подразделения отдела по связям с общественностью.*
4. *Проблема финансирования издательских работ.*
5. *Необходимость учреждения печатных периодических изданий в органах государственного и муниципального управления.*
6. *Система организации производства печатных изданий. Издания для внутреннего пользования.*

Тема 8.

1. *Взаимодействие отдела по связям с общественностью в органах государственного и муниципального управления.*
2. *Основные виды целевых аудиторий: население (избиратели, налогоплательщики, клиенты); политические партии и выборные должностные лица; профсоюзы; гражданские объединения; средства массовой информации, граждане.*
3. *Особенности выстраивания отношений с целевыми аудиториями.*

Тема 9.

1. *Организация специальных мероприятий: выставки, конференции, слушания, круглые столы, форумы и праздников (дни регионов города на своей территории и в другом регионе (городе)).*
2. *Виды специальной мероприятий, особенности планирования их организации и проведения.*
3. *Требования к качеству видеоматериалов, предъявляемые телеканалами.*
4. *Планирование финансирования и производства видеопроизводства. Особенности работы с внештатными авторами при производстве видеопроизводства.*

5. Роль выставок в деятельности органов государственного и муниципального управления.
 6. Планирование выставочной деятельности. Особенности постоянных и временных экспозиций.
 7. Понятие праздника, торжеств по случаю юбилейных дат.
- Цели и функции, виды и формы праздников. Особенности их организации и проведения.

Примерные темы для написания рефератов:

1. Понятие имидж, его значение.
2. Основные задачи и функции имиджа.
3. История разработки и трансформации понятия. Хронология становления имиджа как феномена индивидуальной, общественно-политической и управленческой деятельности.
4. Типы ассоциаций, формируемые имиджевыми стратегиями: функциональные признаки, мягкие признаки, эмоциональные связи (на конкретных примерах).
5. Критерии оценки ассоциаций.
6. Понятие внешнего имиджа и его составляющие. Значение внешнего имиджа.
7. Понятие внутреннего имиджа и его составляющие. Значение внутреннего имиджа.
8. Имидж как социально - психологическое явление. Моральные принципы имиджа.
9. Имидж как проявление индивидуальности личности.
10. Ментальный, профессиональный, социальный уровни имиджа.
11. Понятие «корпоративный имидж».
12. Модели построения имиджа организационных структур.
13. Социальные компоненты организации. Корпоративная культура и имидж организации.
14. Миссия организации. Система ценностей, стандарты поведения. Девизы, лозунги, символика.
15. Стил управления как составляющая имиджа.
16. План построения имиджа.
17. Место имиджа рекламы компании в технической и креативной областях.
18. Теория и методология построения имиджа в организации.
19. Позиционирование. Специфицирование и планирование. Ориентация на целевые аудитории.
20. Компоненты и механизмы формирования имиджа. Технологии построения имиджа.
21. Коммуникативные стратегии.
22. Определения, разновидности, значение имиджа государственных и муниципальных органов.
23. Философия государственных и муниципальных органов и ее роль в формировании имиджа.
24. Формы декларирования философии государственных и муниципальных органов: миссия, ценности, принципы, цели и стратегии государственных и муниципальных органов.

25. Проблема взаимосвязи понятий «репутация» и «имидж».
26. Репутация государственных и муниципальных органов и факторы репутации в формировании имиджа.
27. Измерение репутации государственных и муниципальных органов.
28. Модели построения имиджа организационных структур.
29. Имиджевая рекламная компания.
30. Поддержание прочных связей со средствами массовой информации и средой Интернет.
31. Имиджевая общественная деятельность.
32. Функции, структура и задачи внутреннего имиджирования. Разработка компонентов внутреннего имиджа.
33. Функции, структура и задачи внешнего имиджирования. Определение целевых аудиторий. Разработка компонентов внешнего имиджа. Создание сообщений.
34. Имидж государственной службы как отрасли деятельности.
35. Изменчивость и устойчивость имиджа. Поддержание провозглашенных стандартов.
36. Мониторинг имиджа государственных и муниципальных органов.
37. Публичная власть в России и мире.
38. Политик, лидер управленец - представитель власти в глазах населения.
39. Организационно-правовые особенности формирования имиджа государственных и муниципальных структур.
40. Информационная среда. Коммуникационные процессы и имидж государственных и муниципальных структур.
41. Языки воздействия. Пропаганда и идеология.
42. Виртуальный офис и имидж организации. Информационные системы в организации социально-политических и культурных связей с общественными структурами.

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

Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Освоение компетенции
ПК-1	владением технологиями управления персоналом, обладанием умениями и готовностью формировать команды для решения поставленных задач	ПК-1.2	Способность и готовность формировать команды для решения поставленных задач, владение техниками делового общения
ПК-3	способностью планировать и организовывать работу	ПК-3.2	Способность разрабатывать организационную структуру, адекватную

	органа публичной власти, разрабатывать организационную структуру, адекватную стратегии, целям и задачам, внутренним и внешним условиям деятельности органа публичной власти, осуществлять распределение функций, полномочий и ответственности между исполнителями		стратегии, целям и задачам, внутренним и внешним условиям деятельности органа публичной власти, его пресс-службы или отделу по связям с общественностью и осуществлять распределение функций, полномочий и ответственности между исполнителями, а также владение навыками проведения выставочной, конгрессной деятельности в рамках своей профессиональной деятельности.
--	---	--	--

о управления, общественных и других организаций.

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ПК-1.2 Способность и готовность формировать команды для решения поставленных задач, владение техниками делового общения.	Знание основных техник делового общения. Умение выстраивать деловые коммуникации в организации для решения поставленных производственных задач Владение техниками делового общения и умение их применять для решения поставленных производственных задач	Знает основные техник делового общения. Умеет выстраивать деловые коммуникации в организации для решения поставленных производственных задач Владеет техниками делового общения и умение их применять для решения поставленных производственных задач
ПК-3.2 Способность разрабатывать организационную структуру, адекватную стратегии, целям и задачам, внутренним и внешним условиям деятельности органа публичной власти, его пресс-службы или отделу по связям с общественностью и осуществлять	Самостоятельно, описывать организационную структуру и функции подразделений органа публичной власти – пресс службу и отдел по связям с общественностью. Способность на практике применить навыки распределения функций и ответственности между исполнителями, в том числе, при проведении конгрессов, выставок и ярмарок в рамках профессиональной деятельности	Самостоятельно, описывает организационную структуру и функции подразделений органа публичной власти – пресс службу и отдел по связям с общественностью. Способен на практике применить навыки распределения функций и ответственности между исполнителями, в том числе, при проведении конгрессов, выставок и ярмарок в рамках профессиональной

распределение функций, полномочий и ответственности между исполнителями, а также владение навыками проведения выставочной, конгрессной деятельности в рамках своей профессиональной деятельности.	Способность оценить соответствие (адекватности) действующей/проектируемой организационной структуры публичного органа, его стратегии, целям и задачам, а также внутренним и внешним условиям деятельности	деятельности Способен оценить соответствие (адекватности) действующей/проектируемой организационной структуры публичного органа, его стратегии, целям и задачам, а также внутренним и внешним условиям деятельности.д.
---	---	---

4.3.2. Типовые оценочные средства

Перечень вопросов к зачету по дисциплине «Имидж государственных и муниципальных структур»

1 Задачи отдела в области стратегии и тактики, создании имиджа и устойчивой позитивной репутации органа государственного и муниципального управления.

2 Профессиограмма специалистов отдела по связям с общественностью, способы оценки эффективности их работы и отдела в целом.

3 Система подчиненности подразделений в органах государственного и муниципального управления.

4 Место и роль отдела по связям с общественностью в типовой структуре территориального и отраслевого уровня управления.

5 Необходимость распространения объективной информации о деятельности органов власти.

6 Уровни согласования планов работы отдела по связям с общественностью.

7 Функциональные принципы построения структуры отдела.

8 Виды отделов и подразделений по связям с общественностью. Исследовательско-аналитический сегмент: методы сбора и анализа информации; мониторинг информации; тематический пресс-кипинг и пресс-досье.

9 Пресс-центр: организация работы в соответствии с основными принципами государственной информационной политики, связь со СМИ, ведение с ними совместных проектов, взаимодействие с пресс-службами госструктур различного уровня, участие в пресс-конференциях и других информационных мероприятиях.

10 Копираторский сегмент (литературная группа): подготовка основных PR-документов.

11 Спичрайтинг: подготовка статей, интервью с руководителями органов государственного и муниципального управления.

12 Производственный сегмент: поддержание деловых отношений с типографиями, съемочными группами и студиями звукозаписи, обновление информации на сайте.

- 13 Сектор специальных мероприятий (выставки, конференции, праздники, юбилеи.
- 14 Техническое оснащение.
- 15 Оргтехника и программное обеспечение.
- 16 Специфика набора специалистов.
- 17 Профессиональные требования к PR-специалистам.
- 18 Представительские функции по связям с общественностью.
- Профессиональная этика в работе отдела.
- 19 Представительские функции органов государственного и муниципального управления
- 20 Обеспечение приемов, информационное и протокольное сопровождение зарубежных представителей и делегаций.
- 21 Работа с делегациями из субъектов Федерации .
- 22 Обеспечение выезжающих собственных и прибывающих сторонних делегаций продукцией сувенирного характера.
- 23 Особенности подбора, тематики и ассортимента сувениров и изделий народных художественных промыслов.
- 24 Основные виды целевых аудиторий: население (избиратели, налогоплательщики, клиенты); политические партии и выборные должностные лица; профсоюзы; гражданские объединения; средства массовой информации.
- 25 Особенности выстраивания отношений с целевыми аудиториями. Общественное мнение как политический институт формирования и регулирования политических отношений.
- 26 Особенности издательской деятельности в государственном и муниципальном управлении.
- 27 Требования к издаваемым сборникам, другим печатным материалам.
- 28 Кадровый состав издательского подразделения отдела по связям с общественностью.
- 29 Проблема финансирования издательских работ.
- 30 Необходимость учреждения печатных периодических изданий в органах государственного и муниципального управления.
- 31 Система организации производства печатных изданий.
- 32 Издания для внутреннего пользования.
- 33 Особенности газетного издания.
- 34 Требования к качеству материалов и иллюстраций.
- 35 Работа с авторами. Вопросы распространения.
- 36 Виды специальной мероприятий, особенности планирования их организации и проведения.
- 37 Требования к качеству видеоматериалов, предъявляемые телеканалами.
- 38 Планирование финансирования и производства видеопроизводства.
- 39 Особенности работы с внештатными авторами при производстве видеопроизводства.
- 40 Роль выставок в деятельности в органах государственного и муниципального управления.
- 41 Планирование выставочной деятельности.
- 42 Особенности постоянных и временных экспозиций.
- 43 Передвижные выставки.
- 44 Выставки и интернет.
- 45 Понятие праздника, торжеств по случаю юбилейных дат.
- 46 Цели и функции, виды и формы праздников.

47. Особенности организации и проведения праздничных и юбилейных мероприятий. Оценка результатов.

Шкала оценивания.

Оценка знаний, умений, навыков проводится на основе балльно-рейтинговой системы: 30% из 100% (или 30 баллов из 100) - вклад в итоговую оценку по результатам промежуточной аттестации.

При оценивании ответа обучающегося в ходе промежуточной аттестации можно опираться на следующие критерии:

Баллы	Критерий оценки
26-30	Обучающийся показывает высокий уровень компетентности, знания программного материала, учебной, периодической и монографической литературы, законодательства и практики его применения, раскрывает не только основные понятия, но и анализирует их 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 законодательно-нормативную и практическую базу. На вопросы отвечает кратко, аргументировано, уверенно, по существу.
16-25	Обучающийся показывает достаточный уровень компетентности, знания материалов занятий, учебной и методической литературы, законодательства и практики его применения. Уверенно и профессионально, грамотным языком, ясно, четко и понятно излагает состояние и суть вопроса. Знает нормативно-законодательную 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 некоторые погрешности. Вопросы не вызывают существенных затруднений.
6-15	Обучающийся показывает достаточные знания материалов занятий, но при ответе отсутствует должная связь между анализом, аргументацией и выводами. На поставленные членами комиссии 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 ответами, показывает недостаточно глубокие знания.
0-5	Обучающийся показывает слабые знания материалов занятий, учебной литературы, законодательства и практики его применения, 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.

Шкала перевода из многобалльной системы в традиционную:

- обучающемуся выставляется оценка «не зачтено» если обучающийся набрал менее 50 баллов,
- оценка «зачтено» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 50 до 100 баллов.

100 баллов выставляется при условии выполнения всех требований, а также при обязательном проявлении творческого отношения к предмету, умении находить оригинальные, не содержащиеся в учебниках ответы, умении работать с источниками, которые содержатся дополнительной литературе к курсу, умении соединять знания, полученные в данном курсе со знаниями других дисциплин.

4.4. Методические материалы

Устный опрос является одним из основных способов проверки усвоения знаний обучающимися. Развернутый ответ студента должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на определенную тему, показывать его умение применять определения, правила в конкретных случаях. Основные критерии оценки устного ответа: правильность ответа по содержанию; полнота и глубина ответа; логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией); использование дополнительного материала.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические указания по самостоятельной подготовки к занятиям лекционного, практического (семинарского) типа:

Подготовка к занятиям должна носить систематический характер. Это позволит обучающемуся в полном объеме выполнить все требования преподавателя. Обучающимся рекомендуется изучать как основную, так и дополнительную литературу, а также знакомиться с Интернет-источниками (список приведен в рабочей программе по дисциплине). Занятия по дисциплине представлены следующими видами работ: лекциями, практическими занятиями, лабораторными работами, самостоятельной работой обучающихся.

На практических занятиях и лабораторных работах обучающиеся должны освоить методологию и методику функционально-стоимостного анализа системы и технологии управления персоналом; модели функционально-стоимостного анализа; методологию оценки расходов на персонал; факторный анализ расходов на персонал; метод бюджетирования расходов на персонал организации; методы снижения расходов на персонал; технологию имитационного моделирования функционально-стоимостного анализа системы и технологии управления персоналом в Business Studio.

В рамках самостоятельной работы обучающиеся должны самостоятельно подготовить вопросы к практическим занятиям и лабораторным работам: провести обзор интернет-сайтов, периодической литературы и профессиональных изданий, разработать каталог интернет-ресурсов, составить компендиум, осуществить подготовку к дискуссии (круглому столу), к разработке групповых проектов по заданной теме, осуществить написание контрольной работы, подготовку к экзамену.

Текущий контроль знаний по дисциплине «Коммуникационный консалтинг» проводится в соответствии с Уставом Академии, Положением о текущей аттестации студентов по программам ВО и является обязательной.

Текущий контроль знаний по дисциплине «Функционально-стоимостный анализ системы и технологии управления персоналом» проводится в форме опроса и

контрольных мероприятий (контрольной работы, тестирования, коллоквиум) по оцениванию фактических результатов обучения.

Объектами оценивания выступают:

- учебная работа студентов по освоению дисциплины (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- степень усвоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- результаты самостоятельной работы.

Активность обучающегося на занятиях оценивается по его выступлениям по вопросам практических занятий, лабораторных работ, на дискуссиях, диспутах, круглых столах.

Кроме того, оценивание студента проводится на контрольной неделе в соответствии с распоряжением директора Института. Оценивание студента на контрольной неделе проводится преподавателем независимо от наличия или отсутствия студента (по уважительной или неуважительной причине) на занятии. Оценка носит комплексный характер, учитывает посещаемость и достижения обучающегося по основным компонентам учебного процесса за текущий период. Оценивание обучающегося на контрольной неделе осуществляется по балльно-рейтинговой системе с выставлением оценок в ведомости и указанием количества пропущенных занятий.

Методические указания по подготовке докладов:

Подготовка обучающихся к опросу предполагает изучение в соответствии тематикой дисциплины основной/ дополнительной литературы, нормативных документов, интернет-ресурсов.

Обучающийся готовит доклад в форме устного сообщения по теме дисциплины.

Предлагается следующая структура доклада:

1. Введение:
 - указывается тема и цель доклада;
 - обозначается проблемное поле, тематические разделы доклада.
2. Основное содержание доклада:
 - последовательно раскрываются тематические разделы доклада.
3. Заключение:
 - приводятся основные результаты и суждения автора по поводу путей возможного решения рассмотренной проблемы, которые могут быть оформлены в виде рекомендаций.

Методические указания по написанию реферата:

Реферат является самостоятельной практической работой обучающихся. Он призван определить степень освоения студентом знаний и навыков, полученных им в процессе изучения дисциплины.

Текст работы должен быть написан в научном стиле. Оформление текста также должно быть выполнено грамотно. Следует избегать пустых пространств и, тем более, страниц. На все таблицы, рисунки и диаграммы делаются ссылки в тексте.

Работа выполняется в формате А4. Шрифт – TimesNewRoman. Основной текст работы набирается 14-м шрифтом через 1,5 интервала, выравнивание по ширине, межбуквенный интервал «Обычный», красная строка 1,25 см. Автоматически

расставляются переносы. Поля: верхнее 2,0 см, нижнее 2,0 см, левое 3 см, правое 1 см. Промежутки между абзацами отсутствуют. Введение, главы, заключение, список литературы и приложения форматируются как заголовки первого уровня и начинаются каждый с новой страницы. Подразделы глав с новой страницы не начинаются.

Сноски делаются внизу страницы. Таблицы и рисунки нумеруются отдельно. Номер включает номер главы и номер рисунка/таблицы в данной главе.

Страницы работы должны быть пронумерованы. Нумерация начинается со страницы с оглавлением, на которой ставится цифра «2» и далее – по порядку. Окончание нумерации приходится на последний лист списка литературы. Номер ставится внизу страницы справа. На страницах с приложениями номера не ставятся, и в оглавление они не выносятся. В оглавлении указывается только номер первого листа первого приложения.

Объем реферата 7-15 стр.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература

1. Коммуникационный менеджмент. Этика и культура управления : учебное пособие / Т. Ю. Анопченко [и др.]. - Ростов н/Д : Феникс, 2010.
2. Шарков Ф.И. Коммуникология: Коммуникационный консалтинг. – М., Дашков и ко, 2011.
3. Шарков Ф.И. Политический консалтинг. Учебник. - М., Дашков и Ко, 2009.
4. Зазыкин В. Г. Психология "паблик рилейшнз": учебное пособие. - М.: ЭЛИТ, 2013.
5. Фролов С.С. Связи с общественностью в работе фирмы: стратегия, коммуникация, имидж, брендинг: учебник. - М.: ЛИБРОКОМ, 2014.
6. Чумиков А.Н. Связи с общественностью. Теория и практика: учебник. - М.: Дело АНХ, 2012.
7. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации. Реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учебное пособие. - М. : Дашков и К, 2014.

6.2. Дополнительная литература

1. Блинов А.О., Дресвянников В.А. Управленческое консультирование: Учебник для магистров. М.: Дашков и К, 2013.
2. Богомолова М. Н. Технологии делового общения государственных служащих : учебное пособие / М. Н. Богомолова, И. Ю. Васильева, Л. В. Комарова ; РАГС при Президенте РФ, Кафедра культурологии и деловых коммуникаций. - М. : Изд-во РАГС, 2010.
3. Горчакова В.Г. Имидж. Искусство и реальность, М.: Юнити-Дата, 2010.
4. Гуреев А.В., Сударьянто Я.П. Международный рынок консалтинговых услуг в России. Учебное пособие. - М.: Дашков и Ко, 2013.

5. Зосименко И.А. Политический консалтинг. - Ульяновск: УлГТУ, 2013.
6. Роздольская И.В., Ледовская М.Е., Однорал Н.А. Инновационная направленность кадрового консультирования в условиях реального экономического пространства: альтернативные способы формирования и поиск новых возможностей развития: Монография. М.: Дашков и Ко, 2014.
7. Шарков Ф. И., Комарова Л. В. Деловые коммуникации. - М.: КНОРУС, 2016.
8. 10. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: имидж, бренд, репутация. - М.: Дашков и Ко, 2012.
9. Попова О.В., Апенько С.Н., Макарова Ж.А. Формирование и оценка профессиональных компетенций специалистов по управленческому консультированию: монография. Омск. - Издательство Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского, 2014.
10. Gwynn M. Powell. Cross-cultural observation of management in action: collective and individual culture//Communicology. Vol 1. No 1. 2013. pp171-174.
11. Burgoon, J. K., & Hubbard, A. E. (2010). Cross-cultural and intercultural applications of expectancy violations theory and interaction adaptation theory. Theorizing about intercultural communication, 149-171.
12. Шарков Ф.И. Коммуникология: энциклопедический словарь-справочник. – М.: Дашков и Ко, 2015. - 768 с.
13. Шарков Ф.И., Комарова Л.В. Деловые коммуникации. - М.: КНОРУС, 2016. С.177-190.
14. Gwynn M. Powell. Cross-cultural observation of management in action: collective and individual culture//Communicology. Vol 1. No 1. 2013. pp171-174.
15. Burgoon, J. K., & Hubbard, A. E. (2010). Cross-cultural and intercultural applications of expectancy violations theory and interaction adaptation theory. Theorizing about intercultural communication, 149-171.

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Агапов, В.С. Социально-психологические детерминанты креативной компетентности студентов: монография / Агапов, Валерий Сергеевич, Давлетова, Рада Уеловна. - М. : Макеев Игорь Вячеславович, 2016. - 163 с.
2. Модель позиционного обучения студентов [Электронный ресурс]: теоретические основы и методические рекомендации/ И.Б. Шиян [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский городской педагогический университет, 2012.— 152 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/27375.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Образовательные инновации и практики карьеры: сборник методических материалов и статей / РАНХиГС при Президенте РФ. - М. : Дело, 2015. - 192 с.
4. Психология адаптации и социальная среда. Современные подходы, проблемы, перспективы [Электронный ресурс]/ Л.Г. Дикая [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Пер Сэ, 2007.— 624 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/7431.html>.— ЭБС «IPRbooks»
5. Социально-психологические аспекты формирования культуры самообучающейся организации / А. Я. Николаев [и др.] // Вопросы психологии. - 2014. - № 6. - С. 44-52.

6.4. Нормативные правовые документы

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции

РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ) // Собрание законодательства РФ. 2014, № 31, ст. 4398.

2. ЗАКОН РФ от 27.12.91 N 2124-I (ред. от 05.04.2013 с изменениями, вступившими в силу с 19.04.2013) "О СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ".

6.5. Интернет-ресурсы

1. Информационно-правовая база "Консультант Плюс" – <http://www.consultant.ru>
2. Информационно-правовая база "Гарант Сервис" – <http://www.garant.ru>
3. Денисова А. Язык вражды в российских СМИ: гендерное измерение. URL: <http://www.owl.ru>
4. Rachel Alsop, Annette Fitzsimons, Kathleen Lennon. Theorizing Gender: An introduction. <http://www.academia.edu>
5. Kaela Jubas. CANADIAN JOURNAL OF EDUCATION 29,2 (2006): 563-583 Theorizing gender in contemporary Canadian citizenship Lessons from the CBCs Greatest Canadian Contest. [http://www.academia.edu/1065023/ 2](http://www.academia.edu/1065023/2).
6. Тартаковская И.Н. Маскулинность и глобальный гендерный порядок // <http://www.gender.ru/pages/resources/publications/common/01/32.php>;

6.6. Иные источники

1. www.nnir.ru / - Российская национальная библиотека
- www.nns.ru / - Национальная электронная библиотека
2. www.rsl.ru / - Российская государственная библиотека
3. www.biznes-karta.ru / - Агентство деловой информации «Бизнес-карта»
4. www.rbs.ru / - Информационное агентство «РосБизнесКонсалтинг»
5. www.aport.ru / - Поисковая система
6. www.rambler.ru / - Поисковая система
7. www.yandex.ru / - Поисковая система
8. www.busineslearning.ru / - Система дистанционного бизнес образования
9. <http://www.consultant.ru/> - Консультант плюс
10. <http://www.garant.ru/> - Гарант

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

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Программное обеспечение: Microsoft Windows 10 LTSC 1607, Microsoft Office Professional 2016.

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; Электронная библиотека Grebennikon. URL: <http://grebennikon.ru/>; Электронно-библиотечная система Издательства «Лань». URL: <http://e.lanbook.com>; Электронно-библиотечная система ЮРАЙТ. URL:

<http://www.biblio-online.ru/>.