

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

Институт государственной службы и управления

Кафедра управления информационными процессами

УТВЕРЖДЕНА
решением кафедры управления
информационными процессами
Протокол от «21» июня 2017 г. № 7

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ОД.7 РЕПУТАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

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

(краткое наименование дисциплины)

38.04.04 «ГОСУДАРСТВЕННОЕ И МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ»

(код, наименование направления подготовки)

**РЕПУТАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ГОСУДАРСТВЕННОМ И
МУНИЦИПАЛЬНОМ УПРАВЛЕНИИ**

(направленность (профиль))

магистр

(квалификация)

заочная

(форма обучения)

Год набора - 2016

Москва, 2017 г.

Автор–составитель:

кандидат филологических наук, доцент кафедры общественных связей и медиаполитики Богословская В.Р.

Заведующий кафедрой:

Заведующий кафедрой управления информационными процессами доктор социологических наук, профессор Силкин В.В.

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.....	6
3. Содержание и структура дисциплины	6
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине.....	6
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	15
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	19
6.1. Основная литература.....	19
6.2. Дополнительная литература	19
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы	19
6.4. Нормативные правовые документы	19
6.5. Интернет-ресурсы	19
6.6. Иные источники	19
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	20

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

1.1. Дисциплина Б1.В.ОД.7 Репутационный менеджмент обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения 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.
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-3.1	Способность планировать и организовывать работу органа власти в системе государственной службы Российской Федерации с учетом современных социокультурных процессов.
ДПК-4	понимать специфику и владеть навыками межличностной, институциональной и межкультурной коммуникации	ДПК-4.2	Способность применять на практике знания в сфере межличностной, институциональной и межкультурной коммуникации, изучения мнения, интересов, предпочтений и ожиданий целевой аудитории с целью репутационного обеспечения государственного управления.

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

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудоые или профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
-	ПК-1.2	<p>на уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> • основных механизмов, технологий реализации и поддержки социальных инициатив; • основные тенденции изменений в установках социального управления; <p>на уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> • оценивать организационные возможности поддержки социальных проектов, инициированных персоналом организации или учреждения; • учитывать при выборе технологий управления персоналом характер и специфику происходящих социальных изменений; <p>на уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> • формирования команды при реализации различных социальных инициатив.
-	ПК-3.1	<p>на уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> • особенностей выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в системе государственного управления России; • основных принципов и положений деятельности пресс-служб и отделов по связям с общественностью органов государственной власти Российской Федерации; <p>на уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> • планировать и организовывать работу отделов по связям с общественностью и пресс-служб с учетом современных социокультурных процессов; • использовать технологии выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в профессиональной работе; <p>на уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> • способов и приемов планирования в области государственного и муниципального управления, освоение технологий разработки стратегий

		развития публичных органов власти с учетом современных социокультурных процессов.
	ДПК-4.2	<p>на уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> • возможностей изучения мнения, интересов, предпочтений и ожиданий целевой аудитории; • принципов и технологий информационно-аналитического обеспечения государственного управления; <p>на уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> • анализировать результаты социологических исследований ценностных ориентаций, мнений, интересов, предпочтений и ожиданий целевой аудитории; • видеть перспективы использования социологической информации в репутационном обеспечении государственного и муниципального управления; <p>на уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> • аналитической работы по репутационному сопровождению государственного и муниципального управления.

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Общая трудоемкость **Б1.В.ОД.7 Репутационный менеджмент** составляет 4 зачётные единицы, 144 часа. Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем составляет 14 часов: лекций - 4 часа, практических занятий – 8 часов. Самостоятельная работа составляет 123 часа.

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина **Б1.В.ОД.7 Репутационный менеджмент** является дисциплиной специализированной подготовки по программе «Репутационные технологии в государственном и муниципальном управлении», читается на 3 курсе в 5 семестре.

Дисциплина Б1.В.ОД.7 «Репутационный менеджмент» является завершающей дисциплиной специализированной подготовки по программе «Репутационные технологии в государственном и муниципальном управлении», читается на 3 курсе в 5 семестре.

Дисциплина «Репутационный менеджмент» опирается на следующие дисциплины специализированной магистерской подготовки по программе «Репутационные технологии в государственном и муниципальном управлении» по направлению 38.04.04 «Государственное и муниципальное управление»:

- Б1.В.ОД.3 Коммуникационный менеджмент (1,2 курс);
- Б1.В.ДВ.1.1 Спичрайтинг (2 курс);
- Б1.В.ДВ.1.2 Взаимодействие государственных и общественных институтов № (2 курс);
- Б1.В.ДВ.2.1 Международные связи с общественностью (2 курс);
- Б1.В.ДВ.4.2 Информационная политика (2 курс);
- Б1.В.ДВ.6.2 Имидж государственных и муниципальных структур (2 курс);
- Б1.В.ДВ.7.2 GR-менеджмент (2 курс).

3. Содержание и структура дисциплины

Структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемо сти ⁴ , промежуто чной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Заочная форма обучения								
Тема 1	Ключевые проблемы репутационного менеджмента	25	2				23	О
Тема 2	Репутационный аудит	24	2		2		20	О
Тема 3	Методы формирования и изменения репутации	32			2		30	О
Тема 4	Корпоративная социальная ответственность в программах управления репутацией	22			2		20	Р, О
Тема 5	Управление репутацией территории	32			2		30	О, Д
Промежуточная аттестация		9						
Всего:		144	4		8		123	

Примечание: формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), контрольная работа (КР), коллоквиум (К), эссе (Э), реферат (Р), диспут (Д) и др.

Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 1	Ключевые проблемы репутационного менеджмента	<p>Генезис репутационного менеджмента. Понятие репутации в юриспруденции, менеджменте, маркетинге и связях с общественностью. Субъекты, для которых репутационный менеджмент наиболее актуален. Репутация как нематериальный актив капитализации компании. Виды нематериальных активов. Личная и корпоративная репутация. Деловая репутация. Репутация и паблисити. Процесс формирования паблисити. Репутационный капитал и медийный капитал. Репутация и корпоративная индивидуальность (идентичность). Когерентность, символизм и позиционирование как элементы корпоративной идентичности.</p> <p>Инструментарий имиджологии в репутационном менеджменте.</p>

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 2	Репутационный аудит	<p>Методики репутационного аудита (Гр. Даулинг, И. Олейник и А. Лапшов, Л. Сальникова). Качественные методы исследований как основа репутационного аудита (кабинетный анализ документов, экспертные интервью с представителями репутационных аудиторий).</p> <p>Направления исследований в рамках репутационного менеджмента (И. Олейник, А. Лапшов). Независимая оценка узнаваемости компании или персоны в значимых репутационных аудиториях. Анализ контекста репутации, включая выявление компаний или персон с более продвинутыми репутационными позициями в данной сфере. Анализ сложившегося имиджа. Анализ сложившейся репутации. Диагностика и анализ причин рассогласований между тем, каким видит себя объект репутации и каким он представляется окружающему миру. Диагностика «узких мест» продвижения имиджа и репутации, рекомендации по расширке «узких мест». Прогноз будущего состояния имиджа и репутации при сохранении действующего подхода. Формирование стратегии удержания и улучшения репутационных позиций.</p>
Тема 3	Методы формирования и изменения репутации	<p>Формирование репутации. Финансовая устойчивость, рыночная устойчивость, перспективы, возможность реализации перспектив, информационный ресурс, административный ресурс как факторы формирования положительной репутации компании. Определение конкурентных преимуществ и позиционирование организации как начальный этап управления репутацией. Направления позиционирования.</p> <p>Определение репутационной стратегии. Объекты репутационных стратегий (руководство компании; сотрудники компании; продукция или услуги компании; достижения компании; финансовые показатели компании). Преимущества, недостатки, условия использования, особенности реализации репутационных стратегий.</p> <p>Разработка плана репутационных мероприятий. Инструменты репутационного менеджмента. Участие в премиях и конкурсах, в работе профессиональных сообществ, объединений, ассоциаций, в профессиональных мероприятиях, в рейтингах и пр. Мониторинг изменения репутационных характеристик в процессе реализации плана.</p> <p>Особенности управления репутацией первого лица. Коммуникационный аудит и диагностика. Разработка образа. Работа со СМИ. Продвижение в деловом сообществе. Продвижение в профессиональном сообществе. Продвижение в компании. Имиджевые и репутационные компоненты программы управления репутацией руководителя.</p>

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 4	Корпоративная социальная ответственность в программах управления репутацией	Понятие правового регулирования и саморегулирования. Профессиональная и корпоративная этика. Юридическая и социальная ответственность. Понятие «корпоративной социальной ответственности» и факторы КСО (давление со стороны государства, давление профсоюзов, возросшая взаимосвязь между общественным мнением и уровнем продаж). Компоненты концепции КСО: ответственность компании во взаимоотношениях с партнерами; ответственность в отношении потребителей; ответственную политику в отношении работников; экологическую ответственность; ответственность компании перед обществом в целом.
Тема 5	Управление репутацией территории	Имидж, репутация и бренд территории в современном мире. Разработка стратегий развития регионов и городов, поиск путей роста их конкурентоспособности как факторы разработки программ продвижения имиджа и формирования репутации территорий. Территориальная индивидуальность. Особенности и ресурсы территории (природные и экологические, официальные, финансово-экономические, институциональные и административно-политические, инновационные и информационные, социальные и демографические). Территориальная индивидуальность и конкурентные преимущества. Разработка концепции и вариантов территориальной репутационной стратегии. Разработка плана репутационных мероприятий. Мониторинг изменения репутационных характеристик в процессе реализации плана, оценка результативности и эффективности плановых мер, текущая коррекция плана.

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.ОД.7 Репутационный менеджмент** используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема и/или раздел		Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1	Ключевые проблемы репутационного менеджмента	опрос
Тема 2	Репутационный аудит	опрос

Тема 3	Методы формирования и изменения репутации	опрос
Тема 4	Корпоративная социальная ответственность в программах управления репутацией	опрос, реферат
Тема 5	Управление репутацией территории	опрос, деловая игра

4.2. Экзамен проводится с применением следующих методов (средств): в форме беседы по вопросам.

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

Вопросы к экзамену по дисциплине «Репутационный менеджмент»:

1. Основные проблемы репутационного менеджмента в информационном обществе.
2. Репутация и паблисити.
3. Репутация и корпоративная индивидуальность (идентичность).
4. Инструментарий имиджологии в репутационном менеджменте.
5. Пирамида репутации Гр. Даулинга.
6. Стоимостные (экономические) методы оценки репутации.
7. Методики репутационного аудита.
8. Исследования групп корпоративных аудиторий в рамках репутационного менеджмента.
9. Рейтинги корпоративной репутации.
10. Методы формирования репутации.
11. Определение репутационной стратегии.
12. Особенности управления репутацией первого лица.
13. Инструменты репутационного менеджмента.
14. Программы корпоративной социальной ответственности в репутационном менеджменте.
15. Понятие корпоративного гражданства. Спонсорство, филантропия и благотворительность.
16. Традиции корпоративной благотворительности в мире и в России. Социальные программы известных компаний.
17. Основные международные стандарты социальной отчетности. Каналы информирования о социальных программах.
18. Методика анализа имиджа и репутации территории.
19. Стратегия формирования или коррекции репутации территории.
20. Инструменты формирования имиджа и репутации территории.
21. Репутация и имидж государственной службы.
22. Имидж Москвы и репутация ее правительства.
23. Международный имидж России.

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

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
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.
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-3.1	Способность планировать и организовывать работу органа власти в системе государственной службы Российской Федерации с учетом современных социокультурных процессов.
ДПК-4	понимать специфику и владеть навыками межличностной, институциональной и межкультурной коммуникации	ДПК-4.2	Способность применять на практике знания в сфере межличностной, институциональной и межкультурной коммуникации, изучения мнения, интересов, предпочтений и ожиданий целевой аудитории с целью репутационного обеспечения государственного управления.

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ПК-1.2	<p>Оценивание организационной ситуации с позиции необходимости формирования команды для решения поставленных задач.</p> <p>Обоснование выбора необходимых ресурсов для обеспечения эффективной деятельности формируемой команды для решения поставленных профессиональных задач.</p> <p>Определение целей и основных функций формируемой команды для решения поставленных профессиональных задач.</p>	<p>Оценивает организационную ситуацию с позиции необходимости формирования команды для решения поставленных задач.</p> <p>Обосновывает выбор необходимых ресурсов для обеспечения эффективной деятельности формируемой команды для решения поставленных профессиональных задач.</p> <p>Определяет цели и основные функции формируемой команды для решения поставленных профессиональных задач.</p>
ПК-3.1	<p>Самостоятельно составлять стратегию развития органа публичной власти органа власти в системе государственной службы Российской Федерации</p> <p>Проводить анализ организации деятельности конкретного органа публичной власти с учетом современных социокультурных процессов.</p>	<p>Самостоятельно составляет стратегию развития органа публичной власти органа власти в системе государственной службы Российской Федерации</p> <p>Проводит анализ организации деятельности конкретного органа публичной власти с учетом современных социокультурных процессов.</p>
ДПК-4.2	<p>Понимать специфику межличностной, институциональной и межкультурной коммуникации.</p> <p>Уметь проводить социологическое исследование целевых установок, мнений, предпочтений и ожиданий целевой аудитории с целью информационно-аналитического обеспечения государственного управления</p>	<p>Понимает специфику межличностной, институциональной и межкультурной коммуникации.</p> <p>Умеет проводить социологическое исследование целевых установок, мнений, предпочтений и ожиданий целевой аудитории с целью информационно-аналитического обеспечения государственного управления</p>

4.3.2. Типовые оценочные средства

Темы и задания для самостоятельного изучения

Тема 1. Информационная деятельность и информационный рынок

Вопросы:

- 1) Информационная деятельность как система.
- 2) Концепции информации в современной науке.
- 3) Социальная информация.
- 4) Субъекты информационной деятельности:
органы власти и управления;
бизнес-структуры;
медиа-структуры.
- 5) Информационный рынок:
принципы и особенности формирования и развития;
ресурсы;
методы регулирования;
источники финансирования поставщиков информации;
целевые рынки потребителей информации.

Тема 2. Информационная политика региональных органов управления

Вопросы:

1. Внешняя и внутренняя информационная политика региональных органов управления: цели, задачи, принципы, приоритеты.
2. Стратегии и тактики информационной деятельности администрации (области, города, района).
3. Структура и функции информационно-аналитического отдела.
4. Структура и функции пресс-службы.

Тема 3. Имидж в системе информационной политики

Вопросы:

1. Имидж как составляющая информационной политики организации: основные концепции, базовые понятия.
2. Типология имиджа: различные подходы к классификации имиджа.
3. Инструментарий имиджологии: позиционирование, манипулирование, мифизация, эмоционализация, детализация, акцентирование информации, дистанцирование, метафоризация, нейролингвистическое программирование и др.
4. Имиджевые стратегии:
стратегическое и тактическое планирование имиджа;
структура имиджа;
составление и сопровождение имиджевой кампании: определение требований аудитории; определение сильных и слабых сторон объекта; конструирование образа и подведение характеристик под требования аудитории; перевод требуемых характеристик объекта в вербальную, визуальную и событийную.
5. Анализ эффективности имиджевой стратегии (на основе материалов практического задания).

Контрольное задание:

Разработать стратегию (одну по выбору):

- персонального имиджа (анализ и совершенствование собственного имиджа);
- политического имиджа (политической партии; мужчины-политика; женщины-политика);
- корпоративного имиджа (имидж организации или имидж руководителя);
- регионального имиджа (имидж города или имидж области, края, республики).

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 «неудовлетворительно» если обучающийся набрал менее 50 баллов,
- оценка «удовлетворительно» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 50 до 65 баллов;
- оценка «хорошо» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 66 до 75 баллов;
- оценка «отлично» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 76 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.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Виды самостоятельной работы:

- составления компендиума;
- подготовка дискуссии (круглого стола) по заданной теме;
- разработка групповых проектов;
- написание эссе;
- обзор интернет-сайтов и разработка каталога интернет-ресурсов по заданной теме;
- обзор периодической литературы.

Составление компендиума

Компендиум (compendium) – краткое руководство, конспект. Компендиум по дисциплине представляет собой самостоятельно подобранный студентом из периодической литературы, интернет-ресурсов материал, кратко законспектированный, иллюстрирующий научный\практический взгляд на исследуемую проблему. Для составления компендиума необходимо:

- осуществить анализ периодической литературы и интернет-ресурсов;
- выбрать наиболее интересную для студента тему (возможно по согласованию с преподавателем);
- отобрать наиболее соответствующие проблеме материалы, характеризующие различные подходы и авторские позиции;
- законспектировать (сделать «выжимки») из источника, раскрывающие замысел автора, его позицию;
- интегрировать собранные материалы в единый содержательный блок.

Подготовка дискуссии (диспута)

Подготовка дискуссии (круглого стола) представляет собой проектирование студентом обсуждения в группе в форме дискуссии. В этих целях студенту необходимо:

- самостоятельно выбрать тему (проблему) дискуссии;
- разработать вопросы, продумать проблемные ситуации (с использованием периодической, научной литературы, а также интернет-сайтов);
- разработать план-конспект обсуждения с указанием времени обсуждения, вопросов, вариантов ответов.

Работа студента в разработке групповых проектов

Работа студента в разработке проекта предполагает активное участие каждого, выполнение им переданных группой работ, направленных на достижение поставленной преподавателем цели.

Работа студента в групповой работе предполагает:

- определение студентом зоны (сферы) работ в рамках группового проекта;
- разработку технического задания на проведение работы;
- постоянную взаимосвязь с другими участниками группы в целях достижения согласия и выполнения работы.

При организации обучения по дисциплине «Взаимодействие государственных и общественных институтов» преподаватель должен обратить особое внимание на организацию практических занятий и лабораторных работ и самостоятельной работы студентов, поскольку курс предполагает широкое использование интерактивных методов обучения. Для проведения практических занятий и лабораторных работ необходимо активно использовать методы работы в малых группах, вовлечение в индивидуальную работу. Задача преподавателя состоит в максимальном отказе от роли лектора, его функции состоят, главным образом, в модерации дискуссий. Материалы для занятий необходимо обновлять ежегодно, учитывая изменяющиеся условия. При чтении лекций и проведении практических занятий и лабораторных работ используются презентации.

Презентация – это передача информации в виде изложения различных теорий, методологических подходов с использованием информационных ресурсов. Формы презентации различны и могут варьироваться от обычной лекции (доклада) до некоторого вовлечения аудитории в процесс через вопросы и участие в дискуссии. Презентация наиболее часто используется в практической деятельности государственных и муниципальных служащих.

Метод используется для обучения какому-либо конкретному аспекту теории или методологии и для моделирования постепенного подхода к решению задачи. Может быть использован при проведении семинара-дискуссии, выступлении с докладом, проведении ролевых и деловых игр, защите курсового проекта и т.п. Этапы процесса: определение содержания материала и цели презентации; составление примерного плана презентации; разработка системы наглядного материала, иллюстрирующего материал презентации; подведение итогов, изложение самых главных моментов представленного материала и его наглядных иллюстраций; обсуждение (вопросы – ответы); выявление достоинств и недостатков проведенной презентации.

Демонстрация и толкование нормативно-правовых актов – это представление участникам игры, семинара и т.п. методологии выполнения чего-либо. Метод используется: для обучения какому-либо конкретному навыку или способу и для моделирования постепенного подхода к поставленной цели. Преимущества метода: легко сконцентрировать внимание аудитории на чем-либо существенном; определяет варианты практического использования метода; активно привлекает слушателей в процесс обучения при самостоятельном использовании этого метода.

Этапы процесса: установление цели демонстрации; представление материалов, предназначенных для использования; непосредственно сама демонстрация; обсуждение демонстрации в аудитории (вопросы – ответы); подведение итогов. При реализации дисциплины «Взаимодействие государственных и общественных институтов» используются следующие *интерактивные* формы проведения занятий, которые могут и должны проводиться вместо обычного опроса студента:

- круглый стол (дискуссия, дебаты);
- мозговой шторм (мозговая атака);
- ролевые игры (разыгрывание ролей);
- кейс-метод (разбор конкретных производственных ситуаций);
- метод проектов;
- работа в малых группах.

Круглый стол организуется следующим образом:

- преподавателем формулируются вопросы, обсуждение которых позволит всесторонне рассмотреть проблему;

- вопросы распределяются по подгруппам и раздаются участникам для целенаправленной подготовки;
- для освещения специфических вопросов могут быть приглашены специалисты (юрист, социолог, психолог, экономист) либо эту роль играет сам преподаватель;
- в ходе занятия вопросы раскрываются в определенной последовательности;
- выступления специально подготовленных студентов обсуждаются и дополняются.

Задаются вопросы, студенты высказывают свои мнения, спорят, обосновывают свою точку зрения.

Дискуссия, как особая форма всестороннего обсуждения спорного вопроса в публичном собрании, в частной беседе, споре, реализуется в дисциплине «Взаимодействие государственных и общественных институтов» как коллективное обсуждение какого-либо вопроса, проблемы или сопоставление информации, идей, мнений, предложений. Целью проведения дискуссии в этом случае является обучение, тренинг, изменение установок, стимулирование творчества и др. В проведении дискуссии используются различные организационные методики:

- *Методика «вопрос – ответ»* – разновидность простого собеседования; отличие состоит в том, что применяется определённая форма постановки вопросов для собеседования с участниками дискуссии-диалога.

- *Методика «клиники»* – каждый из участников разрабатывает свой вариант решения, предварительно представив на открытое обсуждение свой «диагноз» поставленной проблемной ситуации. Затем это решение оценивается как преподавателем (руководителем), так и специально выделенной для этой цели группой экспертов по балльной шкале либо по заранее принятой системе «принимается – не принимается».

- *Методика «лабиринта»* или метод последовательного обсуждения – своеобразная шаговая процедура, в которой каждый последующий шаг делается другим участником. Обсуждению подлежат все решения, даже неверные (тупиковые).

- *Методика «эстафеты»* – каждый заканчивающий выступление участник передает слово тому, кому считает нужным.

- *Свободно плавающая дискуссия* – когда группа к результату не приходит, но активность продолжается за рамками занятия. В основе такой процедуры групповой работы лежит «эффект Б.В. Зейгарник», характеризующийся высоким качеством запоминания незавершенных действий, когда участники продолжают «домысливать» наедине идеи, которые оказались незавершенными.

В основе **«круглого стола»** в форме **«дебатов»** организуемое как свободное высказывание, обмен мнениями по предложенному студентами тематическому тезису, эта форма «круглого стола» посвящена получению однозначного ответа на поставленный вопрос – «да» или «нет». Причем одна группа – утверждающие – является сторонниками положительного ответа, а другая группа – отрицающие – сторонниками отрицательного. Внутри каждой из групп могут образовываться две подгруппы: одна подгруппа – подбирает аргументы, а вторая – разрабатывает контраргументы. Участники дебатов приводят примеры, факты, аргументируют, логично доказывают, поясняют, дают информацию и т.д. Процедура дебатов не допускает личностных оценок, эмоциональных проявлений. Обсуждается тема, а не отношение к ней отдельных участников.

Метод «мозгового штурма» – оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых нереалистичных. После чего из числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Мозговой штурм — один из наиболее популярных методов стимулирования творческой активности. Используется для поиска нетрадиционных решений самых разнообразных задач при тупиковых или проблемных ситуациях.

Сущность метода заключается в том, что процесс выдвижения, предложения идей

отделен от процесса их критической оценки и отбора. При этом используются разнообразные приемы «включения» фантазии, для лучшего использования «чисто человеческого» потенциала в поиске решений. Например, иногда используется привлечение неспециалистов, которые могут благодаря неосведомленности сделать «безумные» предложения, которые в свою очередь стимулируют воображение «специалистов». Оптимальный состав группы от 6 до 12 человек.

Ролевые игры (разыгрывание ролей).

Ролевая игра – это организация занятий, при которой несколько участников разыгрывают роли по сценарию, связанному с темой изучения. Использование метода:

- помогает сформировать или изменить отношение участников к тому или иному вопросу;
- позволяет участникам опробовать различные варианты решений и альтернативные подходы;
- предоставляет возможность увидеть последствия своих действий и их воздействие на других;
- дает возможность увидеть, как иные люди могут вести себя и что они могут чувствовать, находясь в сходной ситуации;
- создает благоприятную обстановку для обсуждения и исследования проблем, о которых участникам может быть не очень удобно говорить применительно к реальной жизни.

Разбор ситуации – это изложение гипотетической ситуации, которое используется для анализа и обсуждения. Этот метод стимулирует дискуссии и обсуждения в группах, совместные поиски новых путей работы. Метод используется для обсуждения различных проблем и развивает навыки коллективной работы над разрешением и преодолением трудностей.

Этапы процесса: описание конкретной ситуации, детальное ознакомление с ситуацией; формулирование проблемы, которую надо разрешить и вопросов для обсуждения, подготовка к обсуждению и поиск путей решения проблемы; изложение подготовленных предложений или вариантов ответов на вопросы; обсуждение предложенных вариантов решений; обобщение результатов занятий и подведение итогов.

Деловая игра (кейс) – это способ рассмотреть реальную управленческую ситуацию. Предполагает анализ информации в изучаемом объекте, постановку проблемы, поиск решений, составление (отбор) предлагаемых путей решения проблемы, формирование цели в виде программы (действий). Данный метод привязывает дискуссию к реальным фактам, с которыми участникам игры в той или иной мере доведется иметь дело на практике. Деловая игра позволяет магистрантам осмыслить механизм и средство решения актуальных проблем, попробовать себя в роли менеджера, руководителя, ответственного за принятие решений. Кейс- метод не ограничивается лишь совместным обсуждением проблемы в учебной аудитории, предполагает реализацию следующих шагов:

- индивидуальную подготовку участников к обсуждению конкретной ситуации (сбор информации) по обсуждаемой проблеме;
- предварительное неформальное обсуждение кейс-ситуации в активной группе одногруппников (однокурсников);
- кейс-обсуждение под руководством преподавателя;
- письменная контрольная работа с использованием кейса.

Получение углубленных знаний по изучаемой дисциплине достигается за счет дополнительных часов к аудиторной работе самостоятельной работы студентов. Выделяемые часы целесообразно использовать для знакомства с дополнительной научной литературой по проблематике дисциплины, анализа научных концепций и современных подходов к осмыслению рассматриваемых проблем. К самостоятельному виду работы

студентов относится работа в библиотеках, в электронных поисковых системах и т.п. по сбору материалов, необходимых для проведения практических занятий или выполнения конкретных заданий преподавателя по изучаемым темам. Студенты могут установить электронный диалог с преподавателем, выполнять посредством него контрольные задания. В качестве оценочных средств на протяжении семестра используются тестовые задания.

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. Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века: учебное пособие. М.: ИНФРА – М, 2013.
2. Шепель В. Коммуникационный менеджмент: учеб. пособие. М.: Гардарики, 2014.

6.2. Дополнительная литература.

3. Букша К.С. Управление деловой репутацией. Российская и зарубежная PR-практика. М.: ГроссМедиа: РОСБУХ, 2009. 200 с.
4. Гриффин Э. Управление репутационными рисками. Стратегический подход. М.: Альпина Бизнес Букс, 2009. 237 с.
5. Даулинг Г. Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности. М.: Консалтинговая группа "ИМИДЖ-контакт": ИНФРА-М, 2003. 368 с.
6. Заман А. Репутационный риск. Управление в целях создания стоимости. М.: Олимп-Бизнес, 2008. 416 с.
7. Мартин Г. Хетрик С. Корпоративные репутации, брендинг и управление персоналом. Стратегический подход к управлению человеческими ресурсами. М. : ООО «Группа ИДТ», 2008. 336 с.
8. Михайлец Г.П. Практическая имиджология. Управляй своей репутацией! М: Вершина, 2008. 200 с.
9. Олейников И. Лапшов А. Плюс/минус репутация. Российский опыт репутационного менеджмента. М.: Бахрах-М., 2003, 192 с.
10. Рева В.Е. Управление репутацией. М.: Дашков и К, 2012. 136 с
11. Сальникова Л.С.Репутационный менеджмент. Современные подходы и технологии. М.: Юрайт, 2013, 303 с.
12. Скотт Д. Новые правила маркетинга и PR. Как использовать социальные сети, блоги, подкасты и вирусный маркетинг для непосредственного контакта с покупателем. М.: Альпина Паблишер, 2013, 352 с.
13. Тесакова Н. Миссия и корпоративный кодекс. М. Издательство: РИП-Холдинг., 2004, 188 с.
14. Ученова В. Философия рекламы. М.: Гелла-Принт , 2003, 208 с.
15. Шарков Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж, бренд фирмы. М. : Дашков и Ко, 2013, 272 с.

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

6.4. Нормативные правовые документы

6.5. Интернет-ресурсы

16. <http://www.profy.ru> Публикации, статьи и методические материалы по менеджменту.
17. www.nnir.ru / - Российская национальная библиотека
18. www.nns.ru / -Национальная электронная библиотека
19. www.rsl.ru / - Российская государственная библиотека
20. www.biznes-karta.ru / -Агентство деловой информации «Бизнес-карта»
21. [www. rbc.ru](http://www.rbc.ru) / - Информационное агентство «РосБизнесКонсалтинг»
22. <http://www.consultant.ru> / - Консультант плюс
23. <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/>.