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

Институт государственной службы и управления

Кафедра государственного и муниципального управления

УТВЕРЖДЕНА
кафедрой государственного и
муниципального управления

Протокол от «29» июня 2018 г. № 10

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.02.02 ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В
(индекс, наименование дисциплины, в соответствии с учебным планом)

ГОСУДАРСТВЕННОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УПРАВЛЕНИИ

38.04.04 Государственное и муниципальное управление
(код, наименование направления подготовки)

Система государственного и муниципального управления
(направленность (профиль))

магистр
(квалификация)

Очная, очно-заочная, заочная
(форма обучения)

2019
год набора

Москва, 2018 г.

Авторы–составители:

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

Доцент кафедры управления информационными процессами, кандидат психологических наук, доцент Коротеева О. В.

Заведующий кафедрой:

Профессор с возложением обязанностей заведующего кафедрой государственного и муниципального управления, доктор юридических наук, доцент Ботнев В.К.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения 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....10
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины....22
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине....25
6.1. Основная литература....25
6.2. Дополнительная литература....26
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы....26
6.4. Нормативные правовые документы....27
6.5. Интернет-ресурсы....28
6.6. Иные источники....28
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы....29

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

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.02.02 «Информационно-коммуникационные технологии в государственном и муниципальном управлении» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-11	способность осуществлять верификацию и структуризацию информации, получаемой из разных источников	ПК-11.1	Способность осуществлять верификацию информации, получаемой из разных источников в установленной сфере деятельности с использованием современных информационных и информационно-коммуникационных технологий, а также для эффективной реализации технологии прав инвалидов и иных лиц с ограниченными возможностями здоровья, интегрированного и инклюзивного образования в вузе
ПК-12	способность использовать информационные технологии для решения различных исследовательских и административных задач	ПК-12.1	Умение использовать современные информационные технологии для разработки и принятия решений в установленной сфере деятельности.

1.2. В результате освоения дисциплины Б1.В.ДВ.02.02 «Информационно-коммуникационные технологии в государственном и муниципальном управлении» у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
осуществление верификации и структуризации информации, получаемой из разных источников	ПК-11.1	**на уровне знаний:** знать методы верификации информации в системе государственного и муниципального управления; знать характеристики информационно-коммуникационных технологий применяемых для верификации и структуризации информации, получаемой из разных источников

		на уровне умений: применять информационные и информационно-коммуникационные технологии для верификации информации в системе государственного и муниципального управления; применять методы обобщения и структуризации информации в различных сферах профессиональной деятельности
		на уровне навыков: результативно применять информационно-телекоммуникационные и/ или информационные технологии с целью получения, верификации и структуризации информации, получаемой из разных источников
использование информационных технологий для решения различных исследовательских и административных задач	ПК-12.1	**на уровне знаний:** знать содержание, особенности и требования к современным информационным и/или информационно-коммуникационным технологиям, необходимым для разработки и принятия решений на различных управленческих уровнях
		на уровне умений: применять современные информационные и/или информационно-коммуникационные технологии для разработки и принятия решений в системе государственного и муниципального управления выделить ключевые факторы, определяющие эффективность научно-инновационной деятельности; прогнозировать и моделировать развитие конфликтных ситуаций на основе сопоставления имеющейся у сторон информации
		на уровне навыков: разрабатывать и принимать решения в системе государственного и муниципального управления с использованием информационных технологий

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Общая трудоемкость Б1.В.ДВ.02.02 «Информационно-коммуникационные технологии в государственном и муниципальном управлении» составляет 2 зачётные единицы, 72 часа.

Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем, составляет:

на очной форме обучения 32 а.ч.: лекции – 8 а.ч., практические занятия – 24 а.ч.. Самостоятельная работа составляет 40 ч.;

на очно-заочной форме обучения 16 а.ч.: лекции – 4 а.ч., практические занятия – 12 а.ч. Самостоятельная работа составляет 56 ч.;

на заочной форме обучения 16 а.ч.: лекции – 4 а.ч., практические занятия – 12 а.ч.. Самостоятельная работа составляет 52 ч, промежуточный контроль: зачет – 4 часа.

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.02.02 «Информационно-коммуникационные технологии в государственном и муниципальном управлении» предусмотрена на очной и очно-заочной формах обучения в 1 семестре, на заочной форме обучения – в 1 и 2 семестрах.

Дисциплина Б1.В.ДВ.02.02 «Информационно-коммуникационные технологии в государственном и муниципальном управлении» относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1. «Дисциплины (модули)» ОП ВО по направлению 38.04.04 «Государственное и муниципальное управление».

В содержательном плане дисциплина является основой для прохождения практик: Б2.В.03(П) «Научно-исследовательский семинар» (на очной и очно-заочной формах обучения – 2 и 3 семестры, на заочной форме обучения 1-4 семестры) и Б2.В.04(П) Научно-исследовательская работа (на очной и очно-заочной формах обучения – 4 семестр, на заочной форме обучения 3 и 4 семестры).

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 успеваемости, промежуточной аттестации[1]
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1.	Информационное общество: сущность и тенденции развития	11	2		2		7	О, Р, Т
Тема 2.	Массовая информация в социокультурном измерении	12	2		4		6	О, Р, Т
Тема 3.	СМИ и управление информационно-коммуникативными процессами	12	2		4		6	О, Док, Т
Тема 4.	Интернет как средство массовой коммуникации: специфика, функции и значение	13			6		7	О, Р
Тема 5.	Технологии общественно-государственного диалога	13	2		4		7	О., П
Тема 6.	Информационно-коммуникативные практики в развитии	11			4		7	Д

[1] Примечание: формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), реферат (Р), доклад (Док), презентация (П), диспут (Д).

	гражданского общества							
Промежуточная аттестация								Зачет
Всего:		72	8		24		40	
Очно-заочная форма обучения								
Тема 1.	Информационное общество: сущность и тенденции развития	12	2				10	О, Р, Т
Тема 2.	Массовая информация в социокультурном измерении	11			2		9	О, Р, Т
Тема 3.	СМИ и управление информационно-коммуникативными процессами	11			2		9	О, Док, Т
Тема 4.	Интернет как средство массовой коммуникации: специфика, функции и значение	16	2		4		10	О, Р
Тема 5.	Технологии общественно-государственного диалога	11			2		9	О., П
Тема 6.	Информационно-коммуникативные практики в развитии гражданского общества	11			2		9	Д
Промежуточная аттестация								Зачет
Всего:		72	4		12		56	
Заочная форма обучения								
Тема 1.	Информационное общество: сущность и тенденции развития	10	2				8	О, Р, Т
Тема 2.	Массовая информация в социокультурном измерении	11			2		9	О, Р, Т
Тема 3.	СМИ и управление информационно-коммуникативными процессами	10			2		8	О, Док, Т
Тема 4.	Интернет как средство массовой коммуникации: специфика, функции и значение	15	2		4		9	О, Р
Тема 5.	Технологии	11			2		9	О., П

	общественно-государственного диалога							
Тема 6.	Информационно-коммуникативные практики в развитии гражданского общества	11			2		9	Д
Промежуточная аттестация		4						Зачет
Всего:		72	4		12		52	

Содержание дисциплины

Тема 1. Информационное общество: сущность и тенденции развития

Информационное общество. Сущность и подходы к определению информационного общества.

Средства массовой информации и коммуникации в информационном обществе. Изменение роли и функций СМИ в информационном обществе: политизация, коммерциализация, консолидационные и деструктивные функции.

Тенденции развития информационного общества.

Тема 2. Массовая информация в социокультурном измерении

Информации: сущность и виды. Коммуникация – вид социальной практики. Массовая коммуникация: определение. Типологии современных медиа. Социология массовой коммуникации: теоретический концепт и эмпирические исследования. Массовая коммуникация в информационном обществе. Социально-экономические, политические, культурологические и технологические факторы, определяющие роль массовой коммуникации в современном мире. Основные подходы к изучению массовой коммуникации. Исследовательские модели: классический, постклассический и постнеклассический подход к исследованию информационных процессов. Тенденции развития российских масс-медиа. Проблемы, связанные с распространением культурных ценностей и нравственных идеалов в СМИ, с сохранением национально-культурной идентичности России.

Виды социальной информации, циркулирующей в СМК для устойчивого функционирования общественных и государственных структур (научная, художественная, публицистическая, специальная). Критерии качества массмедийной информации. Матрица качества массовой информации (конструктивной, неконструктивной, деструктивной). Анализ конкретных ситуаций, связанных с презентацией в СМК конструктивной, неконструктивной и деструктивной информации. Понятие массмедийоной культуры. Формирование журналистской картины мира, совпадающей с виртуальной реальностью, внедрение в общественное сознание новых социокультурных норм бытия. Интервенция суррогатной масскультуры в информационную среду России, трансформирующей отечественную культуру, традиции, язык.

Тема 3. СМИ и управление информационно-коммуникативными процессами

Социальный институт: понятие, функции, ресурсы. Основные характеристики и функции СМИ, как социального института. СМИ в системе социальных институтов и социальных связей. Ресурсы и объективные ограничения влияния СМИ на характер и содержание социально-политических процессов.

Государственная информационная политика. Политика государства в отношении СМИ как одна из важнейших составляющих общенациональной информационной политики. Разгосударствливание СМИ. Современное российское законодательство как отражение политики государства в области СМИ. Основные ресурсы реализации

государственной политики в отношении СМИ. Современная система российских СМИ, динамика и особенности развития.

Содержание понятия «информационные потребности». Структура информационных потребностей. Информационные потребности личности и общества. Особенности современного российского информационного рынка: структура, специфика в различных областях информационной деятельности. Спрос и предложение в информационной сфере. Интернет и рынок: качественные изменения информационного поля. Трансформация региональных рынков СМИ. Ресурсы государственного регулирования и развития информационного рынка. Практика государственного регулирования информационного рынка.

Специфика и функции печати, радио, телевидения в современной системе российских средств коммуникации. Печать, радио и ТВ как субъекты современного политического процесса и экономических трансформаций в современной России. Глобальные СМИ и роль национальных СМИ в формировании и укрепление общероссийской идентичности.

Тема 4. Интернет как средство массовой коммуникации: специфика, функции и значение

Интернет как средство массовой коммуникации: основные понятия и категории. Сетевые СМИ как тип периодических изданий. Определение и типология веб-изданий. Аудитория интернет-СМИ.

Новые технологии интернет-журналистики: блоги, видео и аудиоподкастинг.

Твиттер, Фейсбук, Ю-туб, В контакте, как технологии социальных взаимодействий. Язык Интернета. Гипертекстуальность веб-информационной технологии.

Тема 5. Технологии общественно-государственного диалога

Комплексный анализ и информационный аудит системы информационно-коммуникативного обеспечения деятельности органов власти и структур гражданского общества. Коммуникационный консалтинг. Выстраивание эффективной системы коммуникаций со значимыми аудиториями: потребителями (B2B, B2C), конкурентами, сотрудниками организации и другими целевыми группами.

Разработка коммуникативно-информационных мероприятий общественной палаты и НКО. Событийный менеджмент (Event-management): организация специальных мероприятий (пресс-конференции, праздники, круглые столы, презентации, выставки, церемонии открытия, конференции, обучающие семинары и др.). Медийное сопровождение коммуникативных проектов. Разработка социального проекта, как медийного и коммуникативного акта. Методы формирования общественного мнения в СМИ и PR сопровождения проектов общественно-государственного партнерства. Бренд-коммуникации. Разработка бренда НКО, проекта. Разработка и поддержка собственных информационных каналов.

Традиционные и инновационные технологии гражданской активности НКО: митинги, круглые столы, социальные акции, флешмоб, блоги, видео и аудиоподкастинг, социальные сети. Использование социальных сетей для реализации социальных и благотворительных проектов. Интернет-журналистика. Визуальная культура гражданского общества. Основные направления и принципы информационно-коммуникативной политики власти и НКО.

Информационная открытость как условие эффективного взаимодействия. Показатели и критерии информационной открытости. Технологии достижения открытости и прозрачности общественно-государственного диалога. Формы и методы реализации принципа открытости и прозрачности. Роль интернет-коммуникаций в реализации принципа открытости и прозрачности.

Проблема доверия населения власти и СМИ. Технологии формирования доверия к

власти. Технологии формирования имиджа власти и НКО в СМИ и МК.

Социальная журналистика в гражданском обществе. Актуальная социальная проблематика: самоуправление, маломобильные группы населения, здравоохранение, социальное и психологическое здоровье общества, семья и детство, молодежь, благотворительность и социальная ответственность бизнеса, экология, защита культуры. Социальная реклама: понятие, цели, методы. Использование социальной рекламы для решения задач социального развития.

Связи с госструктурами (GR) и связи с инвесторами (IG). Организация коммуникационных площадок: конгрессов, съездов, конференций, форумов; проведение благотворительных и спонсорских акций. Создание экспертных советов и экспертных групп, проведение «круглых столов» и общественных слушаний, публичное обсуждение инициатив и общественно значимых проектов.

Тема 6. Информационно-коммуникативные практики в развитии гражданского общества

Состояние институтов гражданского общества и показатели его открытости. Способы выражения запросов и интересов.

Расширение каналов и уровней социального взаимодействия гражданского общества. Информационно-коммуникативные технологии в гражданском обществе: сущность и оценка эффективности.

Изучение и анализ лучших практик информационно-коммуникативного обеспечения программ развития добровольчества и благотворительности, формирования межнациональной толерантности, программ информационно-коммуникативного сопровождения социально-ориентированных проектов НКО. Использование позитивных мифов, образов, символов инвалидности в информационно-просветительских кампаниях. Механизмы снижения отношенческих барьеров с помощью СМИ и общественности.

Информационно-коммуникативное взаимодействие власти, общественности, бизнеса и СМИ как эффективная форма решения социальных задач в кризисной ситуации. Анализ практики взаимодействия власти, бизнеса, НКО, СМИ в кризисной ситуации. Выработка эффективных мер организации взаимодействия социальных субъектов.

Индексы готовности российского общества к информационному обществу: структура, источники, интерпретация результатов. Факторы развития информационного общества: человеческий капитал, ИКТ-инфраструктура, экономическая среда.

Электронное правительство и технологии доступности государственных услуг. Информационно-коммуникативные технологии в государственном и муниципальном управлении. Отечественные практики.

Динамика показателей доступа органов местного самоуправления и государственной власти в ИКТ. Региональное представительство в Интернете; веб-присутствие местного самоуправления в Интернете.

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

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.01.01 Государственное управление информационно-коммуникационными и масс-медийными процессами используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1.	Информационное общество: сущность и тенденции развития	Опрос, реферат, тестирование

Тема 2.	Массовая информация в социокультурном измерении	Опрос, реферат, тестирование
Тема 3.	СМИ и управление информационно-коммуникативными процессами	Опрос, доклад, тестирование
Тема 4.	Интернет как средство массовой коммуникации: специфика, функции и значение	Опрос, реферат
Тема 5.	Технологии общественно-государственного диалога	Опрос, презентация
Тема 6.	Информационно-коммуникативные практики в развитии гражданского общества	Диспут

4.1.2. Зачет проводится с применением следующих методов (средств): устных ответов на вопросы и защиты аналитической записки.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Преподаватель оценивает уровень подготовленности обучающихся к занятию по следующим показателям:

- устные ответы на вопросы преподавателя по теме занятия;
- участие в дискуссии;
- подготовка и выступление с докладом;
- написание реферата;
- участие в обсуждении реферата;
- подготовка презентации.

Критерии оценивания выполнения реферата:

- правильность и своевременность выполнения реферата;
- глубина проработки проблемы;
- обоснованность выводов и заключений.

Критерии оценивания презентации:

- соответствие структуры презентации требованиям настоящей РПД;
- логичность и четкость изложения материала;
- полнота и аргументированность ответов на обозначенные в задании к теме вопросы.

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, участия в дискуссиях, ответов на вопросы преподавателя в ходе занятия, тестирования, выполнения и защиты реферата, подготовки презентации по предусмотренным заданиям.

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

Вопросы темы для подготовки к опросам (темы докладов):

Тема 1. Информационное общество: сущность и тенденции развития

Вопросы для подготовки к опросу

1. Информационное общество: подходы к определению и тенденции развития.
2. Информационные потребности личности и общества: уровень удовлетворения и система индикаторов.

Темы рефератов

1. Концепции информационного общества (К. Шеннон, Н. Винер, Н. Луман, М. Кастельс, М. Маклюэн, А. Бюль, А. Крокер, М. Вэйнстейн, М. Паэтау).
2. Роль и функции СМИ в информационном обществе.
3. Актуальные тенденции развития информационного общества.

Примерные тестовые задания

1. Информационная революция — это

а) качественное изменение способов передачи и хранения информации, а также объема информации, доступной активной части населения

б) возможность человека получать в полном объеме необходимую для его жизни и профессиональной деятельности информацию

в) изменение в способах формирования и использования совокупного интеллектуального потенциала социума

г) совокупность информационных войн

2. Как называется общество, в котором постоянно циркулируют большие объёмы информации и есть средства, чтобы её хранить передавать и обрабатывать?

а) Индустриальное

б) Постиндустриальное

в) Информационное

г) Компьютерное

3. Информатизация общества — это процесс:

а) увеличения объема избыточной информации в социуме

б) более полного использования накопленной информации во всех областях человеческой деятельности за счет широкого применения средств информационных и коммуникационных технологий

в) повсеместного использования компьютеров (где надо и где в этом нет абсолютно никакой необходимости

г) обязательного изучения информатики в общеобразовательных учреждениях

4. Согласно взглядам ряда ученых (О. Тофлер, Белл, Масуда и др.) в «информационном обществе»:

а) большинство работающих будет занято производством, хранением и переработкой информации, знаний; будут решены проблемы информационного и экологического кризиса, реализованы гуманистические принципы управления социумами

б) человек станет послушным объектом манипуляции со стороны средств массовой информации

в) власть будет принадлежать «информационной элите», осуществляющей жестокую эксплуатацию остальной части населения и контроль частной жизни граждан

г) человек станет придатком сверхмощных компьютеров

5. Информационная картина мира — это:

а) наиболее общая форма отражения физической реальности, выполняющая обобщающую, систематизирующую и мировоззренческую функции

б) выработанный обществом и предназначенный для общего потребления способ воспроизведения среды человеческого обитания

в) совокупность информации, позволяющей адекватно воспринимать окружающий мир и существовать в нем

г) стабильное теоретическое образование для объяснения явлений окружающего мира на основе фундаментальных физических идей

6. К числу основных тенденций в развитии информационных процессов в социуме относят:

а) уменьшение влияния средств массовой информации

б) уменьшение информационного потенциала цивилизации

в) снижение остроты противоречия между ограниченными возможностями человека по восприятию и переработке информации и объемом информации в социуме

г) увеличение доли «интеллектуальных ресурсов» в объеме производимых материальных благ

7. Информационная культура человека на современном этапе в основном определяется:

а) совокупностью его умений программировать на языках высокого уровня

б) его знаниями основных понятий информатики

в) совокупностью его навыков использования прикладного программного обеспечения для создания необходимых документов

г) уровнем понимания закономерностей информационных процессов в природе и обществе, качеством знаний основ компьютерной грамотности, совокупностью технических навыков взаимодействия с компьютером, способностью эффективно и своевременно использовать средства информационных и коммуникационных технологий при решении задач практической деятельности

8. К информационным ресурсам общества не относится

а) это совокупность данных, организованных для получения достоверной информации в самых разных областях знаний и практической деятельности

б) это отдельные документы или массивы документов в информационных системах: библиотеках, архивах, фондах, базах данных и т.д.

в) это знания, подготовленные людьми для социального использования в обществе и зафиксированные на материальном носителе

г) это запас, источник чего- либо

Тема 2. Массовая информация в социокультурном измерении

Вопросы для подготовки к опросу

1. Разновидности социальных коммуникаций.
2. Социопсихологические механизмы восприятия информации.
3. Массмедиа как фактор трансформации духовной культуры общества.

Темы рефератов

1. Основные подходы к изучению массовой коммуникации.
2. Виды социальной информации, циркулирующей в СМК для устойчивого функционирования государственных структур.
3. Критерии качества массмедийной информации.
4. Тенденции и проблемы развития российских масс-медиа.

Примерные тестовые задания

1. Социальная коммуникация- это:

а) процесс межличностного общения;

б) специализированный вид рекламы;

в) процесс передачи информации;

г) опосредованный процесс передачи информации при помощи СМИ.

2. Массовая коммуникация - это:

а) процесс потребления информации массовой аудиторией;

б) процесс распространения массовой информации при помощи технических средств на численно большой рассредоточенной аудитории.

3. Одним из компонентов схемы коммуникационного процесса по Ю. Воронцову является:

а) коммуникационная обстановка;

б) массовая аудитория;

в) технические средства;

г) мимика и жесты.

4. Барьерами коммуникации могут являться:

а) отсутствие коммуникации;

б) амбициозность технического персонала;

в) неприятие имиджа коммуниканта;

г) наличие трибуны для выступления.

5. Одной из функций управления А. Файоль считал:

а) поощрять за усердие;

б) наказывать за нерадивость;

в) предвидеть;
г) следить за здоровьем.

6. Коммуникационной проблемой организации является:
а) нарушение возможности получать и распространять информацию;
б) создание сетевого коммуникационного пространства;
в) развитие нисходящих коммуникаций.

7. К способам защиты от помех восприятия информации причислить:
а) повтор сообщения в разное время;
б) значительное повышение громкости речи;
в) удаление из аудитории мешающих коммуникатору слушателей;
г) внезапное прекращение вербальной коммуникации.

8. К ресурсам коммуникации относят:
а) благоприятное мнение начальника о способностях менеджера по СО;
б) коммуникационные технологии;
в) высшее образование;
г) отсутствие всяких принципов, в том числе мешающих работе.

9. Целевая аудитория может быть дифференцирована:
а) по социально-демографическому принципу;
б) только по политико-географическому принципу;
в) по любому принципу, подбираемому в зависимости от цели коммуникации;
г) не должна дифференцироваться, поскольку это пустая трата времени и сил.

10. Отличие массовой аудитории от специализированной состоит:
а) в численности;
б) в степени экспрессивности и непредсказуемости;
в) в организованности и наличии общей цели;
г) в степени динамичности.

11.В какой теории идет речь о зависимости СМК от аудитории?
а) в теории ограниченного влияния СМК
б) в теории культивации
в) в теории активной аудитории

12.Что измеряется в рейтингах СМК?
а) качество материалов
б) объем радио и телепередач
в) интерес аудитории к СМК

13.В какой теории употребляется понятие «фрейминг»?
а) в теории «повестки дня»
б) в теории культивации
в) в теории социальной ответственности

14. Массовой коммуникацией можно называть:

а) взаимодействие с организованно большим количеством людей, имеющим сходный коммуникативных уровень;

б) взаимодействие с большим количеством людей, имеющих различный коммуникативный опыт и уровень;

в) взаимодействие с организованно большим количеством людей, имеющим сходный коммуникативных уровень, и с использованием технических средств;

г) коммуникацию в определенной сфере жизнедеятельности человека, осуществляющуюся как между отдельными людьми, так и между специально организованной группой и отдельным человеком, группой и группой;

д) коммуникацию, направленную на внутреннюю или внешнюю среду организации.

Тема 3. СМИ и управление информационно-коммуникативными процессами

Вопросы для подготовки к опросу

1. Особенности современного российского информационного рынка: структура, специфика.
2. Ресурсы государственного регулирования и развития информационного рынка.
3. Роль пресс-службы в управлении информационными процессами.
4. Антикризисные коммуникации: методики поддержания и оперативной коррекции имиджа, адаптации к новым условиям, нейтрализации негативных технологий.
5. Внешние и внутренние антикризисные коммуникации.
6. Информационно-коммуникативные методы достижения взаимопонимания и социальной консолидации.
7. Разработка коммуникационной стратегии как элемента стратегии ведомства.

Темы докладов

1. СМИ как социальный институт. СМИ в системе социальных институтов.
2. Государственная политика в области СМИ как часть общенациональной информационной политики.
3. Информационные потребности: антропологический и социологический аспекты.
4. СМК в России: история формирования и развития, основные функции, направления государственной политики в области СМК.
5. Роль глобальных и национальных СМИ в области укрепления общероссийской идентичности.

Примерные тестовые задания

1. Выделите два основных типа информационного пространства:

а) Информационный режим и экономическая цензура

) Информационный рынок и идеологическая цензура

в) Информационный режим и идеологическая цензура

г) Информационный рынок и экономическая цензура

2. Характер взаимодействий «государство – СМИ - общество»:

Функция государства – управляющая

Коммуникация с обществом - мобилизационная

Информация –

а) выборочная

б) открытая

в) закрытая

3. Характер взаимодействий «государство – СМИ - общество»:

Функция государства – организационная

Информация – открытая

Коммуникация –

а) партнерская

б) конфликтная

в) мобилизационная

4. Характер взаимодействий «государство-СМИ-общество»: Коммуникация – конфликтная Информация – закрытая Функция государства –

а) организационная

б) управляющая

в) господства и подавления

5. Объектом воздействия государственной информационной политики при реализации регулирующей функции является:

а) гражданское общество

б) государственная власть и местное самоуправление

в) институты гражданского общества и демократического государства

6. Что не является составляющим компонентом массового сознания?:

а) информированность

б) научно-аналитическое мышление

в) ценностные установки

г) оценки

5) эмоции

7. Какой из признаков не относится к характерным свойствам «массы»:

а) гетерогенность

б) гомогенность

в) неструктурированность

г) стохастичность

5) ситуативность

8. «Эффект CNN» - это…

а) Эффективная реализация информационного заказа правительства

б) Способность влиять на правительство и аудиторию посредством прямых трансляций

в) Эффективный бизнес в медиасфере

9. Ограничить свободу массовой информации, изменив Закон РФ «О СМИ», вправе:

а) депутаты Государственной думы РФ;

б) Президент РФ;

в) Правительство РФ;

г) никто из перечисленных.

*10. Перечислите, в каких целях запрещено использовать СМИ д*ля:

а) совершения уголовно наказуемых деяний,

б) для разглашения сведений, составляющих государственную или иную специально охраняемую законом тайну,

в) для распространения материалов, содержащих публичные призывы к осуществлению террористической деятельности или публично оправдывающих терроризм,

г) других экстремистских материалов,

д) материалов, пропагандирующих порнографию, культ насилия и жестокости,

е) материалов, содержащих нецензурную брань.

Какой статьёй Закона РФ «О СМИ» установлены эти запреты?

11. При публикации перед выборами опросов общественного мнения СМИ не обязаны указывать на:

а) время проведения опроса;

б) вид выборки;

в) имя заказчика проведения опроса;

г) метод сбора информации.

Тема 4. Интернет как средство массовой коммуникации: специфика, функции и значение

Вопросы для подготовки к опросу

1. Интернет как средство массовой коммуникации: основные понятия и категории.
2. Сетевые СМИ как тип периодических изданий.
3. Новые технологии интернет-журналистики: блоги, видео и аудиоподкастинг.
4. Социальные сети как новейшие технологии социальных взаимодействий.

Темы рефератов

1. Сетевые СМИ как тип периодических изданий.
2. Типология веб-изданий.
3. Характеристика аудитории интернет-СМИ.
4. Новая технология интернет-журналистики: блоги.
5. Новая технология интернет-журналистики: видео и аудиоподкастинг.
6. Технология социальных взаимодействий: Твиттер.

7. Технология социальных взаимодействий: Фейсбук.
8. Технология социальных взаимодействий: Ю-туб.
9. Технология социальных взаимодействий: В контакте.
10. Язык Интернета.
11. Гипертекстуальность веб-информационной технологии.

Тема 5. Технологии общественно-государственного диалога

Вопросы для подготовки к опросу

1. Комплексный анализ и информационный аудит системы информационно-коммуникативного обеспечения деятельности органов власти и структур гражданского общества.
2. Коммуникационный консалтинг.
3. Выстраивание эффективной системы коммуникаций со значимыми аудиториями: потребителями (B2B, B2C), конкурентами, сотрудниками организации и другими целевыми группами.
4. Разработка коммуникативно-информационных мероприятий общественной палаты и НКО.
5. Традиционные и инновационные технологии гражданской активности НКО.
6. Информационная открытость как условие эффективного взаимодействия государства и гражданского общества.
7. Проблема доверия населения власти и СМИ.
8. Социальная журналистика в гражданском обществе.
9. Связи с госструктурами (GR) и связи с инвесторами (IG).

Задание по подготовке презентации

Обучающимся предлагается в ходе групповой работы разработать и представить социальный проект, как PR-акт, включающий организацию специальных мероприятий (праздники, круглые столы, презентации, выставки, церемонии открытия, митинги, конференции, обучающие семинары); медийное сопровождение проекта (разработка информационных поводов и информационных сообщений для СМИ, инициирование публикаций в СМИ; формирование и взаимодействие с пулом журналистов; реализацию мероприятий для СМИ (пресс-конференций, пресс-завтраков, брифингов, пресс-туров, пресс-центров); информационную аналитику (мониторинг СМИ, подготовка пресс-клиппинга); инновационные технологии гражданской активности: социальные акции, флешмоб, блоги, видео и аудиоподкастинг, социальные сети.

Тема 6. Информационно-коммуникативные практики в развитии гражданского общества

Проблематика диспута

В ходе диспута обучающиеся развивают навыки анализа лучших практик информационно-коммуникативного обеспечения программ развития добровольчества и благотворительности, формирования межнациональной толерантности, программ информационно-коммуникативного сопровождения социально-ориентированных проектов НКО.

Обсуждаются вопросы и перспективы обеспечения общественно-государственного диалога в различных сферах общественной жизни; роль СМИ и НКО в снижении отношенческих барьеров. Анализируются государственно-общественные меры по снижению отношенческих барьеров и повышению доступности информации.

Проводится анализ практики взаимодействия власти, бизнеса, НКО, СМИ в кризисной ситуации. Обсуждаются эффективные меры организации взаимодействия социальных субъектов.

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

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

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-11	способность осуществлять верификацию и структуризацию информации, получаемой из разных источников	ПК-11.1	Способность осуществлять верификацию информации, получаемой из разных источников в установленной сфере деятельности с использованием современных информационных и информационно-коммуникационных технологий, а также для эффективной реализации технологии прав инвалидов и иных лиц с ограниченными возможностями здоровья, интегрированного и инклюзивного образования в вузе
ПК-12	способность использовать информационные технологии для решения различных исследовательских и административных задач	ПК-12.1	Умение использовать современные информационные технологии для разработки и принятия решений в установленной сфере деятельности.

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ПК-11.1 Способность осуществлять верификацию информации, получаемой из разных источников в установленной сфере деятельности с использованием современных информационных и информационно-коммуникационных технологий, а также для эффективной реализации технологии прав инвалидов	Наличие полного списка информационных источников по заданным параметрам. Сопоставление близкой по содержанию информации, полученной из различных источников. Указание в тексте аналитической записки на сопоставление информации из различных типов источников для оценки ее достоверности и учета социального и	Осуществляет поиск необходимой информации. Осуществляет проверку на достоверность полученной информации

и иных лиц с ограниченными возможностями здоровья, интегрированного и инклюзивного образования в вузе	экономического контекста. Обнаружение неточностей и противоречий в сопоставляемой информации, полученной из различных источников.	
ПК-12.1 Умение использовать современные информационные технологии для разработки и принятия решений в установленной сфере деятельности.	Полнота и корректность определения требований к современным информационным технологиям Применены современные информационные технологии и методы исследовательской деятельности.	Самостоятельно определять особенности и требования к современным информационным технологиям в управлении Посредством использования информационных технологий анализирует, классифицирует информацию необходимой для решения различных исследовательских и административных задач.

4.3.2. Типовые оценочные средства

Темы для подготовки аналитических записок

1. Тенденции и проблемы развития российских масс-медиа.
2. СМИ как социальный институт. СМИ в системе социальных институтов.
3. Государственная политика в области СМИ как часть общенациональной информационной политики.
4. Информационные потребности: антропологический и социологический аспекты.
5. СМК в России: история формирования и развития, основные функции, направления государственной политики в области СМК.
6. Роль глобальных и национальных СМИ в области укрепления общероссийской идентичности.
7. Интернет как средство массовой коммуникации: основные понятия и категории.
8. Сетевые СМИ как тип периодических изданий.
9. Новые технологии интернет-журналистики: блоги, видео и аудиоподкастинг.
10. Социальные сети как новейшие технологии социальных взаимодействий.
11. Массмедиа как фактор трансформации духовной культуры общества.
12. Влияние глобализации на состояние российской культуры.
13. Духовность культуры в обеспечении социально-политической безопасности государства.
14. Глобализация и международный информационный порядок.
15. Мультикультурализм в условиях глобализации.
16. Культурные и массмедийные проблемы глобализации.
17. Аксиологические проблемы массмедийной глобализации.
18. «Мифология» глобализации через массмедиа.
19. Формирование нового глобального медиапорядка.
20. Основные тенденции развития современных массмедиа.
21. Массовая коммуникация и массовая культура в период глобализации.
22. Массовая коммуникация как фактор массмедийного моделирования мировозрения личности.
23. Изменения сознания в информационном мире.
24. Информационный терроризм: формирование культа насилия.

25. Единство информационной и медийной политики в обеспечении общественно-государственного диалога
26. Информационная, коммуникативная, медийная политика: цель, задачи, объект, предмет, принципы, основные направления.
27. Информационная и коммуникативная идентичность власти и общества.
28. Коммуникативная компетентность власти в информационном обществе
29. Информационно-психологические коды власти и общества.
30. Технологии общественно-государственного диалога
31. Событийный менеджмент.
32. Медийное сопровождение коммуникативных проектов.
33. Традиционные и инновационные общественные технологии гражданской активности.
34. Информационная открытость как условие эффективного взаимодействия.
35. Проблема доверия населения власти и СМИ.
36. Бренд-коммуникации. Разработка бренда НКО, проекта.
37. PR сопровождение проектов и мероприятий НКО.
38. Социальная журналистика в гражданском обществе.
39. Использование социальной рекламы для решения задач социального развития.
40. Обеспечение общественно-государственного диалога в социальной сфере: роль СМИ и НКО в снижении отношенческих барьеров к людям с ограниченными физическими возможностями.
41. Связи с госструктурами (GR) и связи с инвесторами (IG).

Вопросы к зачету:

1. Информационное общество: подходы к определению и тенденции развития.
2. Основные характеристики и функции СМИ, как социального института.
3. Политика государства в отношении СМИ.
4. Современное российское законодательство в области СМИ.
5. Современная система российских СМИ, динамика и особенности развития.
6. «Информационные потребности»: понятие и структура.
7. Информационные потребности личности и общества: уровень удовлетворения и система индикаторов.
8. Социопсихологические механизмы восприятия информации.
9. Особенности современного российского информационного рынка: структура, специфика.
10. Ресурсы государственного регулирования и развития информационного рынка.
11. Интернет-журналистика как феномен массовой коммуникации: основные понятия и категории.
12. Сетевые СМИ как тип периодических изданий.
13. Типология веб-изданий.
14. Аудитория интернет-СМИ.
15. Новые технологии интернет-журналистики: блоги, видео и аудиоподкастинг.
16. Твиттер, Фейсбук, Ю-туб, В контакте, как технологии социальных взаимодействий.
17. Роль пресс-службы в управлении информационными процессами.
18. Цели, задачи, функции, организационная структура, формы деятельности и взаимодействие пресс-службы.
19. Пресс-служба как информационно-коммуникативный посредник между ведомством и общественностью.
20. Документы, регламентирующие деятельность пресс-службы.
21. Антикризисные коммуникации: методики поддержания и оперативной коррекции имиджа, адаптации к новым условиям, нейтрализации негативных технологий.

22. Внешние и внутренние антикризисные коммуникации.
23. Информационно-коммуникативные методы достижение взаимопонимания и социальной консолидации.
24. Разработка коммуникационной стратегии как элемента стратегии ведомства.
25. Создание и использование информационных поводов и событий.
26. Коммуникационные технологии пресс-службы.
27. Событийный менеджмент.
28. Технологии общественно-государственного диалога.
29. Медийное сопровождение коммуникативных проектов.
30. Традиционные и инновационные общественные технологии гражданской активности.
31. Информационная открытость как условие эффективного взаимодействия.
32. Проблема доверия населения власти и СМИ.
33. Бренд-коммуникации. Разработка бренда НКО, проекта.
34. PR сопровождение проектов и мероприятий НКО.
35. Социальная журналистика в гражданском обществе.
36. Использование социальной рекламы для решения задач социального развития.
37. Обеспечение общественно-государственного диалога в социальной сфере: роль СМИ и НКО в снижении отношенческих барьеров к людям с ограниченными физическими возможностями.
38. Связи с госструктурами (GR) и связи с инвесторами (IG).

Шкала оценивания.

Выполнение всех заданий текущего контроля является обязательным для всех обучающихся. Обучающиеся, не выполнившие в полном объеме все эти задания, не допускаются к сдаче зачета.

Оценка знаний, умений, навыков проводится на основе бально-рейтинговой системы: 33,3% из 100% (или 33,3 балла из 100) - вклад в итоговую оценку по результатам сдачи зачета; 33,3% из 100% (или 33,3 балла из 100) - вклад по результатам написания и защиты аналитической записки; 33,4% из 100% (или 33,4 балла из 100) - вклад по результатам участия в практических занятиях.

Шкала перевода оценки из многобалльной системы в пятибалльную:

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.

К сдаче зачета допускаются студенты, набравшие не менее 50 баллов по итогам текущей аттестации. Оценка промежуточной аттестации по дисциплине проставляется в приложение к диплому.

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

Приступая к изучению дисциплины, необходимо в первую очередь ознакомиться содержанием РПД. Лекции имеют целью дать систематизированные основы научных знаний. Практические занятия проводятся с целью углубления и закрепления знаний, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы над нормативными документами, учебной и научной литературой.

Работа с учебной и научной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на практических занятиях.

Она включает проработку лекционного материала. Конспект лекции должен содержать реферативную запись основных вопросов лекции, предложенных преподавателем схем (при их демонстрации), , выводы по каждому вопросу. Конспект должен быть выполнен в отдельной тетради по предмету. Он должен быть аккуратным, хорошо читаемым, не содержать не относящуюся к теме информацию или рисунки.

Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны быть выполнены также аккуратно, содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим студентом.

В процессе работы с учебной и научной литературой обучающийся может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);
- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);
- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы);
- создавать конспекты (развернутые тезисы, которые).

Работу с литературой следует начинать с анализа РПД, в которой перечислены основная, дополнительная литература, нормативно-правовые акты.

Самостоятельная работа

Методические указания по организации внеаудиторной самостоятельной работы на занятии способствуют организации последовательного изучения материала, вынесенного на самостоятельное освоение в соответствии с программой учебной дисциплины.

Самостоятельная работа как вид деятельности обучающегося многогранна. В качестве форм предлагаются:

- работа с научной и учебной литературой;
- более глубокое изучение с вопросами, изучаемыми на практических занятиях;
- подготовка экзамену или зачету;

Задачи самостоятельной работы:

- обретение навыков самостоятельной научно-исследовательской работы на основании анализа текстов литературных источников и применения различных методов исследования;
- выработка умения самостоятельно и критически подходить к изучаемому материалу.

Технология самостоятельной работы должна обеспечивать овладение знаниями, закрепление и систематизацию знаний, формирование умений и навыков. Апробированная

технология характеризуется алгоритмом, который включает следующие логически связанные действия обучающегося:

- чтение текста (учебника, пособия, конспекта лекций);
- конспектирование текста;
- составление планов и тезисов ответа.

Вопросы для самостоятельной подготовки

1. Концепция информационного общества (К. Шеннон, Н. Винер, Н. Луман, М. Кастельс, М. Маклюэн, А. Бюль, А. Крокер, М. Вэйнстейн, М. Паэтау).
2. Роль и функции СМИ в информационном обществе.
3. Актуальные тенденции развития информационного общества.
4. Основные подходы к изучению массовой коммуникации.
5. Виды социальной информации, циркулирующей в СМК для устойчивого функционирования государственных структур. Критерии качества массмедийной информации.

Методические указания по подготовке к опросу

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

Контроль самостоятельной работы осуществляется в рамках опросов по темам, предусмотренным рабочей программой дисциплины.

Методические рекомендации 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.

Методические рекомендации по подготовке доклада

Доклад – это официальное сообщение, посвященное заданной теме, которое может содержать описание состояния дел в какой-либо сфере деятельности или ситуации; взгляд автора на ситуацию или проблему, анализ и возможные пути решения проблемы. Доклад должен быть представлен в письменной форме преподавателю и изложен устно во время занятия. Структура доклада включает:

1. Введение:

–указывается тема и цель доклада;

–обозначается проблемное поле и вводятся основные термины доклада, а также тематические разделы содержания доклада;

–намечаются методы решения представленной в докладе проблемы и предполагаемые результаты.

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.

Текст доклада должен быть построен в соответствии с регламентом предстоящего выступления: не более десяти минут.

Методические рекомендации по подготовке к выполнению тестового задания

Для выполнения тестового задания, прежде всего, следует внимательно прочитать поставленный вопрос. После ознакомления с вопросом следует приступать к прочтению предлагаемых вариантов ответа. Необходимо прочитать все варианты и в качестве ответа следует выбрать лишь один индекс (цифровое обозначение), соответствующий правильному ответу.

Тесты составлены таким образом, что в каждом из них правильным является как один, так и несколько вариантов. Выбор должен быть сделан в пользу наиболее правильного или правильных ответов.

На выполнение теста отводится ограниченное время. Оно может варьироваться в зависимости от уровня тестируемых, сложности и объема теста. Как правило, время выполнения тестового задания определяется из расчета 30-45 секунд на один вопрос.

Критерии оценки выполненных студентами тестов определяются преподавателем самостоятельно. Рекомендуются следующие критерии оценки:

85% – 100% правильных ответов – «отлично»;

66% – 84% правильных ответов – «хорошо»;

50% – 65% правильных ответов – «удовлетворительно»;

менее 50% правильных ответов – «неудовлетворительно».

При подведении итогов по выполненной работе рекомендуется проанализировать допущенные ошибки, прокомментировать имеющиеся в тестах неправильные ответы.

Методические указания по подготовке презентации

Электронная (мультимедийная) презентация – форма представления информации посредством применения современных информационно-коммуникативных технологий, как правило, сопровождающая тематическое публичное выступление.

При подготовке к презентации и сопутствующего ему доклада студент получает опыт систематизации, обобщения материала и его логического структурирования, приобретает навыки осуществления научных и/или деловых коммуникаций, овладевает ораторским искусством и навыками аргументированной полемики.

Основным требованием к презентации является соблюдение критериев логичности и «понятности» для целевой аудитории, а также определенного регламента. Именно поэтому в процессе подготовки выступления необходимо учитывать возможности возникновения различных видов коммуникативных барьеров (терминологических, языковых и пр.). Кроме того, при подготовке текста выступления и непосредственно презентационной части следует опираться и на базовые правила восприятия информации (аудиальное, визуальное восприятие и пр.).

Алгоритм подготовки к публичному выступлению, сопровождаемому электронной презентацией, может включать следующие этапы:

1. Определение цели выступления (что необходимо донести? доказать? обсудить?).

2. Определение целевой аудитории выступление и составление её портрета (на кого рассчитано выступление? какие у них интересы? цели? что они хотят получить от данного мероприятия?).

3. Разработка на основе письменного (научного) текста структуры и логики выступления – при разработке структуры следует учитывать регламент. Отдельно стоит проработать введение и заключение выступления, так как первое создает общий

эмоциональный фон, располагает зрителя к выступающему; а второе – призвано «закрепить» общий эффект и подвести итог всему выступлению. Кроме того, следует проработать и логические переходы от одной части выступления к другой, чтобы сделать речь плавной и логически связной.

4. Подготовка презентации выступления – предполагает необходимость использования информационно-коммуникативных технологий, оформления раздаточного материала (например, аннотация доклада, иллюстрирующая основные статистические выкладки, графики, рисунки, чертежи и пр.; в каком количестве?), организации технического обеспечения, выбора иного сопроводительного оборудования (электронная доска, флипчарт и пр.). При составлении структуры презентации и выборе демонстрационных средств следует ориентироваться на определенную целевую аудиторию.

5. Остается ли у зрителей какой-либо раздаточный материал? В каком количестве?

Методические рекомендации по подготовке к диспуту

Подготовка диспута представляет собой проектирование обучающимся обсуждения в группе в форме диспута. В этих целях студенту необходимо:

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

Методические рекомендации по подготовке аналитической записки

Аналитическая записка – это вид письменной аналитической работы небольшого объема (до 7 страниц) и установленной структуры.

Целью написания аналитической записки является закрепление теоретических знаний и практических навыков обучающихся, развитие их способностей к ведению полемики и аргументации выводов и заключений.

Рекомендуемая структура аналитической записки: аннотация, содержание, введение, основная часть, заключение, приложения (при необходимости).

В ходе ее подготовки необходимо использовать рекомендуемую преподавателем научную и учебно-методическую литературу, а также интернет-источники, документы и материалы, размещенные в справочных системах. Допускается подготовка презентации, содержащей основную информацию.

При этом наряду с предоставлением информации по теме требуются выявление существующих правовых проблем (противоречий) и предложение вариантов их решений, формулирование обоснованных выводов.

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. Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации : учебник для вузов / Д. П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 231 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06317-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://www.biblio-online.ru/bcode/450795 (дата обращения: 02.03.2020).

2. Информационные технологии в менеджменте (управлении) : учебник и практикум для вузов / Ю. Д. Романова [и др.] ; под редакцией Ю. Д. Романовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 411 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11745-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://www.biblio-online.ru/bcode/446052 (дата обращения: 02.03.2020).

3. Основы теории коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. Д. Венедиктова [и др.] ; под редакцией Т. Д. Венедиктовой, Д. Б. Гудкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 193 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00242-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://www.biblio-online.ru/bcode/450965 (дата обращения: 02.03.2020).

4. Попов В.Д. Культура управления в информационном обществе. – Тверь: Волга, 2014. – 207 с.

5. Талапина Э.В. Государственное управление в информационном обществе (правовой аспект) [Электронный ресурс]/ Талапина Э.В. - Электрон. текстовые данные. - М.: Юриспруденция, 2015. - 189 с.- Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/35746.html.

6. Шарков Ф.И. Коммуникология. Коммуникационный консалтинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Шарков Ф.И.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2013.— 407 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/4473.

7. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации. Реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учебное пособие: рекомендовано УМО вузов России по специальности "Связи с общественностью" / Международная академия бизнеса и управления, Ин-т современных коммуникационных систем и технологий. – М.: Дашков и К: Изд-во Шаркова, 2011. – 323 с.

6.2. Дополнительная литература

1. Головлева Е.Л. Массовые коммуникации и медиапланирование [электронный ресурс]: учебное пособие/ Головлева Е.Л.— Электрон. текстовые данные. — М.: Академический Проект, 2016. — 251 с. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/60028.html.

2. Киселев А.Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью" / Киселев, Александр Георгиевич. – М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2010. – 431 с.

3. Ловцов Д.А. Лингвистическое обеспечение правового регулирования информационных отношений в инфосфере // Информационное право. – № 2. – 2015. Режим доступа: http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=CJI;n=88670#0.

4. Лысенко Г.В. Информационно-коммуникативные аспекты взаимодействия "власть-общество" в социальном пространстве региона: социологический анализ: монография / Лысенко, Галина Васильевна; Волгоградская академия государственной службы. - Волгоград: Изд-во ФГОУ ВПО ВАГС, 2010. – 279 с.

5. Манойло А.В., Петренко А.И., Фролов Д.Б. Государственная информационная политика в условиях информационно-психологической войны. – М.: Горячая Линия – Телеком, 2012. – 541 с.

6. Связи с общественностью: Теория, практика, коммуникационные стратегии: Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. В. М. Горохова, Т. Э. Гринберг. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 200 с.

7. Charles F. Gattone The Social Scientist as Public Intellectual in an Age of Mass Media / International Journal of Politics, Culture, and Society. Vol. 25, No. 4, Public Intellectuals (December 2012). – Springer. – 2012. – pp. 175-186. Режим доступа: http://www.jstor.org/stable/pdf/42857108.pdf?seq=1#page_scan_tab_contents.

8. Siano A., Vollero A., Confetto, M.G.; Sigliocolo, MarioCorporate communication management: A framework based on decision-making with reference to communication resources // Journal of Marketing Communications. – 2013. – 19 (3). – Режим доступа: https://eds.a.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=9&sid=dafae0d9-40fb-476d-82d4-c4dcf436e58b%40sessionmgr4001&hid=4203.

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. - М., 1993.

2. Всеобщая декларация прав человека //В сб. Совет Европы: документы по проблемам СМИ. - СПб., 1998.

3. Европейская конвенция о защите прав человека и основных свобод //В сб. Совет Европы: документы по проблемам СМИ. - СПб., 1998.

4. Постановление Правительства РФ от 15.04.2014 N 313 (ред. от 17.06.2015) "Об утверждении государственной программы Российской Федерации "Информационное общество (2011 - 2020 годы)" // Официальный интернет-портал правовой информации http://www.pravo.gov.ru, 24.04.2014,"Собрание законодательства РФ", 05.05.2014, N 18 (часть II), ст. 2159.

5. "Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации"(утв. Президентом РФ 07.02.2008 N Пр-212) // "Российская газета", N 34, 16.02.2008.

6. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 13.07.2015) "О средствах массовой информации"// Официальный интернет-портал правовой информации http://www.pravo.gov.ru - 13.07.2015.

7. Федеральный закон от 09.02.2009 N 8-ФЗ (ред. от 04.11.2014) "Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления// "Собрание законодательства РФ", 16.02.2009, N 7, ст. 776.

8. Федеральный закон от 27 июля 2006г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // Собрание законодательства Российской Федерации от 31 июля 2006г. № 31 (часть I) ст. 3448.

9. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации. 9 сентября 2000 г. [Текст] // Российская газета. 2000. 28 сентября.

10. Федеральный закон от 7 июля 2003 г. № 126-ФЗ «О связи» // Российская газета. 2003. № 135.

11. Федеральная целевая программа «Электронная Россия (2002-2010 годы)». Утв. Постановлением Правительства Российской Федерации от 28 января 2002 г. № 65 [Текст] // Российский бизнес. 12.02.2002, 19.02.2002, 27.02.2002.

12. Постановление Правительства от 15 июня 2009г. №478 «О единой системе информационно-справочной поддержки граждан и организаций по вопросам взаимодействия с органами исполнительной власти и органами местного самоуправления с использованием информационно-телекоммуникационной сети Интернет».

13. Распоряжение Правительства России от 17.12.2009 г. № 1993-р «Перечень государственных и муниципальных услуг, предоставляемых органами исполнительной власти субъектов РФ в электронном виде».

14. Постановление Правительства России от 24 мая 2010 г. №365 «О координации мероприятий по использованию информационно-коммуникационных технологий в деятельности государственных органов».

15. Указ Президента РФ от 08 мая 1998г. № 511 «О совершенствовании работы государственных электронных средств массовой информации» (с изменениями от 19 сентября 2000г.) // Собрание законодательства Российской Федерации от 11 мая 1998г., № 19, ст.2079.

16. Указ Президента РФ от 09 мая 2017 г. № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 - 2030 годы».

6.5. Интернет-ресурсы

1. Информационно-правовая база "КонсультантПлюс" – http://www.consultant.ru.
2. Информационно-правовая база "Гарант Сервис" – http://www.garant.ru.
3. Материалы http:/www.kremlin.ru/. Речи и выступления.
4. Хантингтон С. Столкновение цивилизаций и преобразование мирового порядка // http://www.archipelag.ru/text/197.htm.

6.6. Иные источники

1. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции: учеб. пособие. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 192 с. Режим доступа: Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/8836.html.

2. Блохин И. Н. Журналистика в этнокультурном взаимодействии: уч. пособие. – СПб.: Факультет журналистики СПбГУ, 2013. – 198 с.

3. Борушко А.П. Выбор будущего: Quo vadis. – Минск: Дизайн ПРО, 2010. – 190 с.

4. Величко В.В. Основы инфокоммуникационных технологий. – М.: «Горячая линия –Телеком», 2009. – 712 с.

5. Городнова А.А. Информационная культура и информационное общество: учебно-методическое пособие / Государственный университет Высшая школа экономики, Нижегородский филиал, Кафедра общего и стратегического менеджмента. – Н. Новгород, 2010. – 174 с.

6. Государственное управление в условиях социальной трансформации российского общества: учебно-методическое пособие / отв. ред. Торукало В. П.; науч. ред. Ефременко В.И.; РАГС при Президенте РФ, Кафедра философии. – М.: Изд-во РАГС, 2007. – 319 с.

7. Евдокимов В.А. Дискуссия в масс-медиа как катализатор институциализации интерактивности // Наука о человеке: гуманитарные исследования. – 2014. – 3 (17). – С. 5-10. URL: http://elibrary.ru/item.asp?id=22505816 (дата обращения: 28.05.2015).

8. Елинер И.Г. Развитие мультимедийной культуры в информационном обществе / Санкт-Петербургский государственный ун-т культуры и искусств, Кафедра теории и истории культуры. – СПб.: Изд-во СПбГУКИ, 2010. – 276 с.

9. Иванов В.В. Государственное и муниципальное управление с использованием информационных технологий / Иванов, Валерий Викторович, Коробова, Анна Николаевна. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 381 с.

10. Интернет в общественной жизни / пер. А. Смирнов. – М.: Идея-Пресс, 2006. – 160 с.

11. Информационная эпоха: вызовы человеку / под ред. И.Ю. Алексеевой, А.Ю. Сидорова; Учреждение Российской академии наук Ин-т философии РАН, Московский авиационный ин-т (государственный технический ун-т) (МАИ). – М.: РОССПЭН, 2010. – 335 с.

12. Информационное развитие России: состояние, тенденции и перспективы (региональный аспект): сборник научных статей 2-й межрегиональной научно-практической конференции (22 апреля 2011 г.) / редкол.: О. П. Овчинникова и др.; Орловская региональная академия государственной службы. – Орел: ОРАГС, 2011 – 207 с.

13. Информационное развитие России: состояние, тенденции и перспективы: сборник научных статей 3-й международной научно-практической конференции (22 июня 2012 г.) / редкол.: Овчинникова О. П. и др.; под общ. ред. Проскуряковой Л. Г., Марынова А.Ф.; РАНХиГС при Президенте РФ, Орловский филиал. – Орел, 2013. – 233 с.

14. Исаев Д.В. Корпоративное управление и стратегический менеджмент. Информационный аспект: монография. – М.: ГУ ВШЭ, 2010. – 218 с.

15. Киселёв А.Г. Теория и практика массовой информации: учебник / А.Г. Киселёв. – М.: КНОРУС, 2016. – 432 с.

16. Ковалев П.А. Российская телевизионная аудитория. – М.: изд-во Нац. ин-та бизнеса, 2007.

17. Кузнецов М.М. Опыт коммуникации в информационную эпоху: исследовательские стратегии Т.В. Адорно и М. Маклюэна: монография / РАН, Ин-т философии. – М.: ИФ РАН, 2011. – 141 с.

18. Кузьменкова М.А. Связи с общественностью. Гражданский диалог [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Кузьменкова М.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2010.— 288 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/13158.

19. Луман Н. Введение в системную теорию. / Пер. с нем. К. Тимофеева. – М.: Изд-во «Логос», 2007. – 360 с.

20. Луман Н. Самоописания. / Пер. с нем. А. Антоновский, Б. Скуратов, К. Тимофеева. – М.: Изд-во «Логос», ИТДГК «Гнозис», 2009. – 320 с.

21. Луман Н. Социальные системы. Очерк общей теории. / Пер. с нем. И.Д. Газиева. – СПб: «Наука», 2007. – 641 с.

22. Майнцер Клаус. Сложносистемное мышление: Материя, разум, человечество. Новый синтез. Пер. с англ. – М.: Либроком, 2009. – 464 с.

23. Маклюен М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева. − М.: Кучково поле, 2011. – 464 с.

24. Маклюэн М. Галактика Гуттенберга. Сотворение человека печатной культурой. – Киев: Ника-Центр, 2004. – 432 с.

25. Новиков К.Ю. Психология массовой коммуникации: Механизмы, Практика, Ошибки. – М.: Аспект Пресс, 2007. – 124 с.

26. Павлютенкова М.Ю. Интернет и политика: лекция. – М.: Изд-во РАГС, 2010. – 34 с.

27. Попов В.Д. Социальная информациология и журналистика. – М.: Изд-во РАГС, 2007. – 336 с.

28. Прайс М. Телевидение, телекоммуникации и переходный период: право, общество и национальная идентичность / Монро Прайс; под ред. Я.Н. Засурского. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2000. – 334 с.

29. Прохоров Е.П. Журналистика и массовое сознание. – М.: изд-во «РИП-Холдинг», 2007. – 94 с.

30. Чумаков А.Н. Глобализация. Контуры целостного мира: монография. – М.: Проспект, 2011. – 456 с.

31. Шарков Ф.И. Коммуникология. Социология массовой коммуникации: учебное пособие: допущено М-вом образования РФ для студентов обучающихся по специальности "Связи с общественностью" / Ф. И. Шарков; Международная академия бизнеса и управления, Ин-т современных коммуникационных систем и технологий. – М.: Дашков и К, 2010. – 320 с.

32. Явчуновская Р.А. Глобальная и региональная безопасность: курс лекций – М.: Изд-во РАГС, 2010. – 181 с.

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, для самостоятельной работы: читальные залы библиотеки.

Программное обеспечение: Microsoft Windows 10 LTSB 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/; Электронно-библиотечная система ЭБС IPRBOOKS: http://iprbookshop.ru/.

Базы данных:

Bloomberg: http://www.bloomberg.com/

Компания "Emerging Markets Information Service" EMIS: http://www.securities.com

Информационный ресурс по мировой экономике компании International Monetary Fund (IMF) / Международного Валютного Фонда: http://www.elibrary.imf.org

Электронный ресурс Cbonds.ru: http://cbonds.ru/

Система профессионального анализа рынков и компаний «Спарк»: http://www.spark-interfax.ru/