

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное учреждение  
высшего профессионального образования  
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"  
Институт управления и территориального развития



**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор  
по образовательной деятельности КФУ  
Проф. Минзарипов Р.Г.

\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**Программа дисциплины**

Государственное управление информационными процессами Б3.В.4

Направление подготовки: 081100.62 - Государственное и муниципальное управление

Профиль подготовки: не предусмотрено

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

**Автор(ы):**

Леонтьева Л.С.

**Рецензент(ы):**

Ишкинеева Ф.Ф.

**СОГЛАСОВАНО:**

Заведующий(ая) кафедрой: Глебова И. С.

Протокол заседания кафедры No \_\_\_\_ от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 201\_\_ г

Учебно-методическая комиссия Института управления и территориального развития:

Протокол заседания УМК No \_\_\_\_ от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 201\_\_ г

Регистрационный No

Казань  
2014

## Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Леонтьева Л.С. кафедры государственного и муниципального управления отделение управления территориями , LLeonteva@kpfu.ru

### 1. Цели освоения дисциплины

цель курса "Государственное управление информационными процессами" - формирование и развитие способностей к аналитическому мышлению, ориентации в современных информационных процессах политической жизни России и умения творчески исследовать новые социально-политические, информационно-медийные реалии.

### 2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б3.В.4 Профессиональный" основной образовательной программы 081100.62 Государственное и муниципальное управление и относится к вариативной части. Осваивается на 3 курсе, 5 семестр.

Методология учебного курса базируется на системном подходе к изучению информационных процессов и политических явлений, на междисциплинарном подходе, способствующем закреплению учебного материала в едином информационно-познавательном пространстве, в индивидуальной системе ассоциативных и фактологических связей со смежными учебными дисциплинами. В соответствии с базовыми планами по специальности "Государственное и муниципальное управление" такими учебными дисциплинами являются "Управление общественными отношениями", "Государственная служба и кадровая политика", "Система государственного и муниципального управления", "Психология и педагогика" и др

### 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-4 (общекультурные компетенции)	умением анализировать и оценивать исторические события и процессы
ОК-8 (общекультурные компетенции)	способностью находить организационно - управленческие решения и готовностью нести за них ответственность
ПК-16 (профессиональные компетенции)	способностью учитывать аспекты корпоративной социальной ответственности при разработке и реализации стратегии организации

В результате освоения дисциплины студент:

#### 1. должен знать:

? знать теорию анализа информационных процессов, теорию и практику их организации, познания механизмов воздействия средств массовой информации и массовой коммуникации на массовое сознание, исследования системы субъектов информационного взаимодействия, природы политической и информационной власти

? знать особенности и принципы взаимодействия государственной и муниципальной службы со средствами массовой информации, государственного регулирования и саморегулирования СМИ и МК, правовых основ государственной информационной политики.

#### 2. должен уметь:

? уметь анализировать информационную составляющую политики российского государства, знать структурные элементы государственной информационной политики.

3. должен владеть:

? владеть навыками сравнительного анализа информационных особенностей политических систем и политического процесса в России и других странах.

Студент должен:

? Понимать сущность и специфику современных информационно-коммуникативных отношений и особенностей их государственного и негосударственного регулирования

? знать теорию анализа информационных процессов, теорию и практику их организации, познания механизмов воздействия средств массовой информации и массовой коммуникации на массовое сознание, исследования системы субъектов информационного взаимодействия, природы политической и информационной власти

? владеть навыками сравнительного анализа информационных особенностей политических систем и политического процесса в России и других странах.

? уметь анализировать информационную составляющую политики российского государства, знать структурные элементы государственной информационной политики.

? знать особенности и принципы взаимодействия государственной и муниципальной службы со средствами массовой информации, государственного регулирования и саморегулирования СМИ и МК, правовых основ государственной информационной политики.

#### 4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 5 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

#### 4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

##### Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Теоретические основы исследования информационных процессов	5	1	2	2	0	устный опрос
2.	Тема 2. Массовая информационная сфера как объект управления	5	2	2	4	0	устный опрос

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
3.	Тема 3. Информационно-коммуникативная сущность власти	5	3	2	2	0	дискуссия
4.	Тема 4. Информационная политика в системе государственного управления	5	4	2	2	0	тестирование
5.	Тема 5. Менталитет и информационная политика: проблемы идентичности	5	5	2	2	0	коллоквиум
6.	Тема 6. Социальная реклама как фактор управления информационными процессами	5	5	2	2	0	творческое задание
7.	Тема 7. СМИ и МК как инструмент управления информационными процессами	5	6	2	2	0	устный опрос
8.	Тема 8. Свобода слова: философские основания, политологическое содержание и правовые основы	5	7	2	2	0	дискуссия
9.	Тема 9. Право на информацию: проблемы законодательного регулирования	5	8	2	2	0	устный опрос
10.	Тема 10. Нравственная саморегуляция СМИ. Проблема ответственности в журналистике	5	9	2	2	0	контрольная точка
11.	Тема 11. Государственная служба и СМИ как единая информационная система	5	10	4	4	0	устный опрос

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
12.	Тема 12. Государственная имиджевая политика как инструмент информационной деятельности государства	5	12	2	2	0	реферат устный опрос
	Тема . Итоговая форма контроля	5		0	0	0	зачет
	Итого			26	28	0	

## 4.2 Содержание дисциплины

### Тема 1. Теоретические основы исследования информационных процессов

#### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Информационный процесс как совокупность единства многообразия различных потоков воспроизводства, восприятия, оценки, отношения, диспозиции и позиции к информации и формирования на этой основе мотивов социального поведения. Общественное сознание как процесс отражения действительности и как результат, продукт отражения, воздействующий на общественное бытие. Информационная потребность в структуре потребностей личности. Потребность ? Интерес ? Осознание ? Деятельность ? Отношения ? Общественное сознание ? СМИ и МК. Соотношение массового сознания и общественного сознания. Различные оценки ?массы? в современной социологии и психологии. Диалектика массовизации и индивидуализации в современном обществе. Основные составляющие массового сознания. Информационное поле социума как коммуникативные связи: объект-субъектные, субъект-объектные, субъект-субъектные отношения; Возможность целенаправленного формирования и управления инфопотоками. Информационное поле как базовый элемент информационного пространства. Подходы к определению информационного пространства (инфосфера). Информационно-коммуникативное поле российского социума.

#### **практическое занятие (2 часа(ов)):**

1. Социальная информация как дискурсивное звено во взаимодействии общественного бытия и общественного сознания. 2. Социальная информациология: специфика и развитие на стыке гуманитарных наук. 3. Социокоммуникативный метод анализа информационных процессов. 4. Синергетическая и немарковская парадигмы исследования информационных процессов. 5. Информационное поле, пространство, потоки: понятие, принципы формирования.

### Тема 2. Массовая информационная сфера как объект управления

#### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Массовая информационная сфера как проекция политической и экономической трансформации российского общества; Сфера деятельности, связанная с созданием, преобразованием и использованием информации; Информационная сфера как инструмент самоорганизации социальной системы, сохранения стабильности Основное противоречие функционирования информационной сферы как результат взаимодействия целенаправленных внешних управленческих воздействий и интерпретации социальной ситуации в сознании коллективного субъекта. Создание стимулов развития информационной системы, идентичных принципам ее самоорганизации - условие эффективности управления информационными процессами.

#### **практическое занятие (4 часа(ов)):**

1. Массовая информационная сфера как инструмент самоорганизации социальной системы, особенности функционирования. 2. Массовое сознание как поле реализации различных информационных стратегий: ? Сильные и слабые стороны ? жестких?, императивных информационных стратегий ? ? жесткой? пропаганды, стратегий прямого директивного воздействия. ? Преимущества и недостатки манипулятивных информационных стратегий ? ? символической?, ? проникающей? пропаганды. ? Успехи и неудачи диалоговых информационных стратегий - создание искусственных информационных сред, формирование ? социальных? моделей. ? Сравнительный анализ эффективности императивных, манипулятивных и диалоговых информационных стратегий.

### **Тема 3. Информационно- коммуникативная сущность власти**

#### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Природа политической и информационной власти. Власть как механизм доминирования и влияния, один из видов взаимодействий и взаимоотношений. Коммуникация как социальный механизм возникновения и реализации власти в обществе. Важнейшая функция власти ? функция коммуникации (Ю.Хабермас). Модели власти: волюнтаристская, герменевтическая (коммуникативная), структуралистская, постмодернистская. Коммуникативная сущность политической власти раскрывается как процесс коммуникативно-дискурсивного взаимодействия. Легитимность власти как доверие, признание, подтверждение законности. Публичность власти, т.е. дискурсивность, открытость в принятии и реализации большинства политических решений как фактор преодоления отчуждения. Информационная власть как способность и возможность оказывать воздействие на сознание, психику и поведение людей с помощью информации. Субъекты информационной власти - государство, политики, олигархи, журналисты, гражданское общество.

#### **практическое занятие (2 часа(ов)):**

Коммуникативная легитимность власти как критерий гомеостаза политической системы и эффективности управления информационными процессами. Процессы деидеологизации и реидеологизации в российской политике, поиск ? объединяющей идеи?. Мотивационное управление информационными процессами. Рефлексивное управление как внутренний момент самоорганизации информационных систем Социальный психоанализ и управление информационными процессами

### **Тема 4. Информационная политика в системе государственного управления**

#### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Система государственного управления как информационно-коммуникативная система. Модель К.Дойча Доктрина информационной безопасности России: национальные интересы России в информационной сфере. Взаимоотношения государства и средств массовой информации как составляющая государственной информационной политики. Пространство информационной политики: общественный модус (общество-СМИ-государство); государственный модус (государство-СМИ-общество). Информационно-коммуникативное пространство как поле взаимодействия гражданских структур, массмедиа, органов власти. Субстанциональные факторы формирования: 1) Общественная информационная политика; Частная информационная политика; 2) Государственная информационная политика, 3) Корпоративная (медийная) информационная политика. Государственная информационная политика как система идей, установок, методов и средств, с помощью которых государство осуществляет регулирование информационных отношений в политической системе в целях обеспечения сбалансированности интересов личности, общества и государства. Субъекты информационной политики ? государство, государственные органы, институты гражданского общества, медиахолдинги, СМИ и МК, частные лица. Субъекты государственной информационной политики ? акторы властных, политических отношений, государственная служба. Объекты государственной информационной политики ? отношения и процессы в информационной сфере. Научные принципы формирования государственной информационной политики

#### **практическое занятие (2 часа(ов)):**

1. Государственное управление как информационно-коммуникативная система. 2. Государство как основной субъект политики. Правомерность постановки вопроса о государственном управлении информационной сферой. Проблемы необходимости и достаточности. 3. Характер информационной политики как стратегическая линия государства. 4. Модели информационной политики в социуме. 5. Функции государственной информационной политики и модусы социальной коммуникации. 6. Формирование и распределение информационных ресурсов государственного управления

### **Тема 5. Менталитет и информационная политика: проблемы идентичности**

#### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Сущность понятия ?идентичность. Виды идентичности. Базовая идентичность ? ментальная. Соотношение категорий ?идентичность? и ?менталитет?. Менталитет как совокупность архетипических догматов, историко-мировоззренческих стереотипов мышления и мотивов поведения, свойств глубинной психологии и устойчивых, традиционных ценностей, черт национального характера. Закон ментальной идентичности отражает объективные связи между компонентами менталитета и между явлениями, процессами, происходящими в обществе на данный исторический момент времени. Следование данному закону с помощью механизмов идентичности и идентификации. Социальная идентичность как соответствие, принципов построения социального государства, эффективности социальной политики и принимаемых в этих целях решений глубинным представлениям большинства граждан. Национальная идентичность как соответствие решений в области национальной политики национальному самосознанию. Органическое единство социальной и национальной идентичности как совпадение социального, национального самосознания и психологии исторически и культурно сложившемуся социальному и национальному характеру народа, его коллективному бессознательному. Изменение типа российской экономики - ломка социального характера, смена идеи, идеалов. Аномия - ценностная дезориентация - потеря идентичности. Аномия как фиксация разрыва между ожиданиями, целями, формулируемыми политиками, одобряемыми в обществе и реальными средствами их реализации.

#### **практическое занятие (2 часа(ов)):**

1. Закон ментальной идентичности и его проявление в информационных процессах. 2. Проблема социальной аномии и информационной идентичности. 3. Исторический опыт осуществления реформ в России с позиции принципа единства ментальной и информационной идентичности. 4. Социально-психологические процессы в региональной общности и информационные отношения. Единство национальной и информационной политики 5. Уровни государственной информационной политики. Специфика формирования информационной политики региональной и местной власти.

### **Тема 6. Социальная реклама как фактор управления информационными процессами**

#### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Социальная реклама как коммуникативный механизм реализации государственного управления и саморегуляции социума; как социально значимая информация, включенная в коммуникативный процесс с целью стимулирования гражданской, социально одобренной активности в русле общечеловеческих, нравственных ценностей, обладающая способностью к саморегуляции в соответствии с вызовами трансформирующегося социума. Базовые представления о феномене рекламных коммуникаций: реклама как открытая информационная система. Логика рекламного верования: ?логика Деда Мороза? (Ж.Бодрийяр). Цель и функции рекламной коммуникации. Масскоммуникационные тенденции дальнейшего развития рекламы. Виды рекламы. Социальная реклама ? дискурс о духовных, нравственных ценностях, о социально значимых проблемах. Содержание социальной рекламы как социально-психологический баланс ?позитива? и ?негатива?, как форма общественной рефлексии. Социальная миссия социальной рекламы: информационно-коммуникативное, идеологическое обеспечение самоорганизации гражданского общества. ?Закон о рекламе? (13.03.2006г. ?38-ФЗ), ст.3, п.11. Виды социальной рекламы: 1)некоммерческая; 2)общественная; 3)государственная.

#### **практическое занятие (2 часа(ов)):**



Понятие социальной рекламы. ФЗ "О рекламе". Классификация рекламы, виды социальной рекламы. Функции, задачи, принципы создания социальной рекламы. Социальная реклама и идеология в системе государственного управления. Принцип информационно-ментальной идентичности в реализации функций социальной рекламы как коммуникатора в системе ?власть-СМИ-общество?.

### **Тема 7. СМИ и МК как инструмент управления информационными процессами**

#### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Историческая и экономическая обусловленность места, роли и функций средств массовой информации в обществе. Процесс институционального закрепления информационно-коммуникативных отношений. От ?галактики Гутенберга? (символ ? газета как порождение классической журналистики) к ?галактике Маклюэна? (ТВ, постнеклассическая журналистика). Функции средств массовой информации в современном российском социально-политическом контексте. Механизмы взаимодействия СМИ, общества и государства: 1) правовые; 2) организационные; 3) финансовые; 4) этические. Типология информационно-коммуникативных отношений между гражданскими структурами, СМИ и органами власти: 1) апологетический тип; 2) антагонистический; 3) смешанный. Классификация социально-поведенческих конструкторов, образующихся в процессе взаимодействия гражданских структур, органов власти и СМИ. ?Четыре теории прессы? Ф.Сиберта, У.Шрамма, Т.Петерсона: авторитарная и ?советская?, либертарианская и теория социальной ответственности прессы. ?Медовый период? (И.Засурский) начала перестройки в отношениях российских СМИ с властью и обществом, особенности последующей трансформации коммуникативных связей. Изменение идеологической парадигмы, экономического базиса и организационно-правового статуса российских СМИ. Политизация СМИ и медиатизация политики.

#### **практическое занятие (2 часа(ов)):**

1. Историческая и экономическая обусловленность места, роли и функций средств массовой информации в обществе. 2. Механизмы взаимодействия СМИ, общества и государства: правовые, организационные, финансовые, этические. 3. Типология информационно-коммуникативных отношений между гражданскими структурами, СМИ и органами власти 4. Трансформация статуса СМИ в сфере политики. Политизация СМИ и медиатизация политики. 5. Журналистика как общественно-политическая, информационная деятельность. 6. Журналистика как творчество. ?Визионерское творчество? (К.-Г.Юнг) в журналистике. 7. Информационный заказ и информационно-политическая диспозиция массмедиа. 8. Роль информационного менеджмента в реализации государственной информационной политики.

### **Тема 8. Свобода слова: философские основания, политологическое содержание и правовые основы**

#### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Свобода слова в философском смысле ? возможность и способность субъектов объективировать в различных формах информацию, идеи, мысли, мнения, оценки, смыслы, значения, эмоции на основе коммуникации и ответственности. Свобода как состояние самоопределения субъекта, способного на основе разума, знания, информации, практики, ответственности определять цели и средства своей деятельности и тем самым полагать и преобразовывать бытие. Само-деятельность как выход за пределы утилитарной потребности, свобода не только ?от? (внешних ограничений, необходимости, пределов), т.е. негативная, но и ?для? (целеполагания, творчества), т.е. позитивная свобода. Слово как единица выражения и объективации мысли. Свобода слова как необходимое условие удовлетворения информационной и познавательной потребности человека, фактор социализации. Плюралистичность свободы слова. Историчность свободы слова. Взаимодетерминация с иными формами духовно-практического самоопределения человека. Свобода слова с политической точки зрения как конституционное политическое право человека, обеспечивающее возможность публично выражать свои мнения, убеждения в СМИ, на митингах, собраниях, а также защиту от принуждения к выражению своих мнений и убеждений или отказу от них. Свобода слова как условие, атрибут и абсолютная ценность демократии, одна из важнейших политических свобод. Политическое предназначение свободы слова: установление истины (дискурс); средство демократического правления; разрешение споров, не прибегая к насилию (сохранение равновесия между устойчивостью и изменениями в обществе); самореализация личности

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

Свобода слова: философский аспект. Свобода слова: политико-правовой аспект. Гарантии свободы массовой информации и возможности их реализации. Функции цензуры в правовом контексте. История цензуры в России.

**Тема 9. Право на информацию: проблемы законодательного регулирования**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Право на информацию ? естественное и неотчуждаемое право человека и гражданина. Концепция ?права человека на универсальную коммуникацию? (Ж. д'Арси) на базе универсальных всеобщих элементов в любой культуре - права доступа к средствам коммуникации и права непосредственного участия в процессе коммуникации, право информировать и получать информацию. Ценностные характеристики права на коммуникацию в информационном обществе: инструментальная ценность; общесоциальная; самоценность; гуманистическая. Перевод естественного права на информацию в систему позитивного и субъективного права через законодательство. Нормативная база информационного права - информационное законодательство как специальная отрасль законодательства. Предмет правового регулирования в информационной сфере - информационные отношения, возникающие при осуществлении информационных процессов (создание, сбор, распределение, потребление информации). Объект правоотношений ? информация в ее функциональном аспекте (информационные ресурсы).

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

Право на информацию и право на коммуникацию: ценностные характеристики. Правовое регулирование в информационной сфере. Структура информационного законодательства. Информационные споры. Специфические особенности Закона РФ ?О средствах массовой информации?, 1991г.

**Тема 10. Нравственная саморегуляция СМИ. Проблема ответственности в журналистике**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Журналистика как часть духовной инфраструктуры социального воспроизводства. Профессиональная этика журналиста как моральные предписания, принятые в журналистской среде и поддерживаемые силой общественного мнения. Сущность, структура и функции журналистской этики как системы. Профессиональная этика. Тождество информационных запросов общества и прессы. Служебная этика журналиста - система нравственных требований, регламентирующих его поведение в профессиональной среде. Социальная позиция журналиста Проблемы формирования ответственности журналиста. Виды журналистской ответственности: гражданская, этическая, правовая. Творческий потенциал журналиста и мера свободы деятельности. Процесс мутации профессиональной и служебной этики журналиста постперестроечного периода в российском информационном пространстве. Провозглашение свободы слова и свободы творческого самовыражения (90-е гг. XXв.) как возможность перехода от внешней регуляции деятельности журналистского корпуса к внутренней саморегуляции. Нравственная саморегуляция СМИ: кодексы журналистской этики. Саморегулирование СМИ как регулирование медийной деятельности (социально значимых аспектов медиарынка и медиаконтента) профессиональными, журналистскими ассоциациями, внутри- и внекорпоративными органами в соответствии с кодифицированными этическими нормами, выработанными журналистским сообществом. Классификация органов саморегулирования СМИ.

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

5. Сущность журналистской этики как системы, ее функции и особенности трансформации в современном, российском инфопространстве. Проблема ответственности в журналистике. Виды журналистской ответственности. Нравственная саморегуляция СМИ. Общественно-государственные модели медийного саморегулирования. Уровни саморегуляции журналистского сообщества. Общественные СМИ: зарубежный и первичный российский опыт.

**Тема 11. Государственная служба и СМИ как единая информационная система**

**лекционное занятие (4 часа(ов)):**

Государственная служба в системе современного государственного управления. Государственное управление как коммуникативный процесс. Социально-коммуникативные функции государственной службы как органа взаимодействия общества и государства. Легитимация принятых властью решений через СМИ, получение публичной общественной поддержки. Субъекты информационного пространства, с которыми взаимодействуют органы государственной власти. Основные направления информационной деятельности власти. Методы информирования граждан через СМИ о действиях властных структур: 1) асинхронный; 2) синхронный. Информационные ресурсы государственной службы: информационная открытость для народа; положительный имидж российского чиновника. Информационный ресурс гражданского общества: создание общественных СМИ. Информационный ресурс журналистского сообщества: следование объективному закону? СМИ в той степени должны служить государству, медиавладельцам, элите, в какой степени данные субъекты служат народу, гражданскому обществу. Субъекты информационно-коммуникативной деятельности органов государственной власти? информационные службы. Задачи пресс-службы в соответствии с целями и задачами органов власти. Структурно-функциональная амбивалентность как институциональный признак пресс-службы. Конфликтные начала пресс-службы. Основные ошибки в деятельности пресс-служб. Требования к организации работы пресс-службы.

**практическое занятие (4 часа(ов)):**

1. Содержательные, организационные и процессуальные аспекты взаимодействия государственной службы со СМИ. 2. Деятельность пресс-службы как механизм согласования интересов общества и власти. 3. Структурно-функциональная амбивалентность как институциональный признак пресс-службы. 4. СМИ и государственная служба в позиционном социальном конфликте: объективные и субъективные причины, механизмы возникновения и негативные последствия. 5. Модели информационной деятельности государственного служащего в организационной структуре российской госслужбы. 6. Открытость, прозрачность институтов власти и СМИ: должное и сущее.

**Тема 12. Государственная имиджевая политика как инструмент информационной деятельности государства**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Коммуникативная природа имиджа власти. Уровни восприятия имиджа как явления индивидуальной и массовой коммуникации. Стереотип. Сущностные черты имиджа: 1) коммуникативная, информационная; 2) социально-психологическая. Имидж является 1) определенным кодом власти; 2) эффективным средством коммуникации в процессе государственного управления. Различие понятий ?имидж власти? и ?власть имиджа?. Авторитет власти как стержневой компонент имиджа. Доверие как оценочное отношение; базис авторитета; предпосылка к формированию положительного имиджа; синтез рационального, эмоционального и психического; выражается в общественном мнении. Методологические аспекты изучения имиджа власти. Государственная имиджевая политика как способность и возможность субъектов государственной политики оказывать воздействие на общественное сознание с помощью информации с целью формирования позитивного имиджа государства. Имидж страны как виртуальный образ, созданный средствами эмоционально-психологического и художественного воздействия, в котором переплетаются оценка реальной ситуации и мнения, сформированные с целью повышения престижа, уважения к стране и ее популяризации. Имидж страны: 1)внутренний 2)внешний. Элемент внутреннего имиджа страны - имидж государственной власти как субъективный образ, возникающий в результате взаимодействия государственной службы и населения. Факторы, формирующие отношение к госслужбе: 1)традиции государственной службы в России 2) ксенофилия; 3) законы элиты. Стереотипы восприятия государственной службы. Амбивалентность отношения к госслужбе ? оценка престижа как уважения статуса, сложившегося в общественном, профессиональном мнении. Уровни и специфика восприятия: 1) в общественном мнении не престижна, т.к. деятельность ее представителей оценивается как малопродуктивная; 2) на уровне индивидуального сознания престижна, т.е. удовлетворяет актуальные потребности конкретных индивидов. Формирование имиджа государства через имидж региона

#### **практическое занятие (2 часа(ов)):**

Коммуникативная природа имиджа власти. Уровни восприятия имиджа и методологические аспекты его изучения. Роль СМИ и в формировании имиджа власти и государства (внешний и внутренний аспекты).

### **4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)**

<b>N</b>	<b>Раздел Дисциплины</b>	<b>Семестр</b>	<b>Неделя семестра</b>	<b>Виды самостоятельной работы студентов</b>	<b>Трудоёмкость (в часах)</b>	<b>Формы контроля самостоятельной работы</b>
1.	Тема 1. Теоретические основы исследования информационных процессов	5	1	подготовка к устному опросу	4	устный опрос
2.	Тема 2. Массовая информационная сфера как объект управления	5	2	подготовка к устному опросу	6	устный опрос
3.	Тема 3. Информационно-коммуникативная сущность власти	5	3	подготовка по вопросам обсуждаемой темы	4	дискуссия
4.	Тема 4. Информационная политика в системе государственного управления	5	4	подготовка к тестированию	4	тестирование

№	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
5.	Тема 5. Менталитет и информационная политика: проблемы идентичности	5	5	подготовка к коллоквиуму	4	коллоквиум
6.	Тема 6. Социальная реклама как фактор управления информационными процессами	5	5	подготовка к творческому экзамену	4	творческое задание
7.	Тема 7. СМИ и МК как инструмент управления информационными процессами	5	6	подготовка к устному опросу	4	устный опрос
8.	Тема 8. Свобода слова: философские основания, политологическое содержание и правовые основы	5	7	подготовка по вопросам обсуждаемой темы	4	дискуссия
9.	Тема 9. Право на информацию: проблемы законодательного регулирования	5	8	подготовка к устному опросу	4	устный опрос
10.	Тема 10. Нравственная саморегуляция СМИ. Проблема ответственности в журналистике	5	9	подготовка к контрольной точке	4	контрольная точка
11.	Тема 11. Государственная служба и СМИ как единая информационная система	5	10	подготовка к устному опросу	8	устный опрос
12.	Тема 12. Государственная имиджевая политика как инструмент информационной деятельности государства	5	12	подготовка к реферату	2	реферат
				подготовка к устному опросу	2	устный опрос
Итого					54	

## 5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

В процессе обучения по данному курсу предусмотрено не менее 10ч. интерактивных форм учебных занятий, такие как дискуссии, коллоквиумы, обсуждения видео и аудио-материала по изучаемой теме.

## **6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов**

### **Тема 1. Теоретические основы исследования информационных процессов**

устный опрос , примерные вопросы:

1. Дайте основные характеристики информационного общества. Чем характеризуются состояние и перспективы развития информационного общества в России? 2. Какова роль информации в управлении социальными процессами? 3. Обоснуйте правомерность выделения нового типа общественных отношений ? информационно-коммуникативных. 4. Каковы новые парадигмы исследования информационных процессов? 5. В чем заключается ?человекомерность? синергетического подхода? 6. В чем сущность мотивационного управления, его рациональной и эмоциональной сторон? 7. Влияет ли рефлексия/саморефлексия индивида и социума на параметры информационного поля? 8. Охарактеризуйте особенности проявления механизмов ?вытеснения? и ?сопротивления? в сфере взаимодействия ?сознательного? и ?бессознательного?. 9. Каковы тенденции трансформации информационного пространства на современном этапе строительства государственности в России?

### **Тема 2. Массовая информационная сфера как объект управления**

устный опрос , примерные вопросы:

1. Каковы основные составляющие массового сознания? 2. Охарактеризуйте диалектический процесс массовизации и индивидуализации в современном обществе. 3. Что общего и в чем различия информации, мотивации и манипуляции как инструментов управления? 4. Существует ли проблема социальной защиты от манипулятивных воздействий, и каковы пути ее решения? 5. Какова природа политической и информационной власти? 6. В чем заключаются особенности циркуляции политической и информационной власти в социальной системе ?государство ? гражданское общество ? пресса?? 7. Что такое ?общественный идеал?? Существует ли он в современной России?

### **Тема 3. Информационно- коммуникативная сущность власти**

дискуссия , примерные вопросы:

Коммуникативная легитимность власти как критерий гомеостаза политической системы и эффективности управления информационными процессами. Процессы деидеологизации и реидеологизации в российской политике, поиск ?объединяющей идеи?. Нужна ли современной России государственная идеология? Какая именно? Раскройте связь политики и идеологии.

### **Тема 4. Информационная политика в системе государственного управления**

тестирование , примерные вопросы:

1. Охарактеризуйте необходимые условия государственного управления информационной сферой. 2. Каковы позитивные и негативные факторы реализации управляющей функции государства в информационной сфере? 3. Каковы информационно-коммуникативные базовые основания модернизации государственного управления? 7. Каковы научные принципы формирования государственной информационной политики, ее субъекты, объекты, стратегическая цель и фундаментальная закономерность? 4. В чем суть государственного и общественного модуса в пространстве информационной политики? 5. Какие факторы определяют характер взаимодействия государства и СМИ? Каковы, на ваш взгляд, цели этого взаимодействия? 6. Каковы особенности информационной политики в российских условиях? 7. Назовите социально-экономические эффекты использования государственной информационной политики при проведении современных российских реформ. 8. Можно ли утверждать наличие системной, последовательной реализации научно обоснованной государственной информационной политики в современной России? 9. Возможно ли формирование государственной информационной политики вне системы общенациональных, идеологических воззрений?

### **Тема 5. Менталитет и информационная политика: проблемы идентичности**

коллоквиум , примерные вопросы:

1. В чем особенность закона ментальной идентичности и как он проявляется на практике? Следует ли его учитывать в управлении? 2. Как соотносятся категории ?менталитет? и ?идентичность?? 3. Каковы пути решения проблемы социальной аномии в деятельности власти-СМИ-гражданского общества? 4. В чем состоит проблема идентичности кодов власти и медийных кодов? 5. Назовите основные причины, факторы повышения или снижения рейтинга доверия народа к власти и масс-медиа. 6. Раскройте понятия регион; социокультурная и политическая регионализация; региональная, этническая, национальная общность. 7. Каковы социально-психологические особенности управления информационными процессами на региональном и муниципальном уровне? 8. Какое место, на ваш взгляд, занимает региональная, муниципальная информационная политика в системе федеральной информационной политики? Каким образом обеспечивается единство и взаимодействие?

#### **Тема 6. Социальная реклама как фактор управления информационными процессами**

творческое задание , примерные вопросы:

Подготовить творческий проект социальной рекламы по выбранной студентом проблеме. В чем заключается специфика социальной миссии социальной рекламы? Каким образом социальные эффекты ее функционирования способны легитимировать власть?

#### **Тема 7. СМИ и МК как инструмент управления информационными процессами**

устный опрос , примерные вопросы:

1. Каковы функции СМИ в современном российском социально-политическом контексте? 2. Правомерно ли утверждение о СМИ как ?четвертой власти?? Обоснуйте Ваше мнение. 3. Какие социально-поведенческие конструкторы образуются в процессе взаимодействия гражданских структур, органов власти и СМИ? 4. Обоснуйте правомерность, либо неправомерность утверждений: ?СМИ - деструктивный субъект социально-политических отношений? и ?СМИ - организационная система для формирования гражданского общества?. 5. В чем заключается коммуникативно-психотерапевтическая функция журналистики? 6. Целесообразно ли развитие гуманистической концепции журналистики в условиях ?рыночных? отношений? 7. Правомерно ли говорить о кризисном состоянии политической, аналитической журналистики? 8. Каковы особенности взаимодействия социальной региональной среды и СМИ? 9. Охарактеризуйте экономические и политический аспекты информационного менеджмента.

#### **Тема 8. Свобода слова: философские основания, политологическое содержание и правовые основы**

дискуссия , примерные вопросы:

1. Что такое ?свобода? вообще и ?свобода слова? в частности? 2. Свобода и ответственность, свобода и необходимость, свобода и самоограничение. Прокомментируйте антиномичность этих пар категорий. 3. Как совместить независимость мнений с реальностью социальных ограничений?

#### **Тема 9. Право на информацию: проблемы законодательного регулирования**

устный опрос , примерные вопросы:

Структура информационного законодательства. ФЗ "О СМИ" 1991г. Какие пробелы в структуре информационного законодательства представляют существенную трудность для формирования эффективной информационной политики?

#### **Тема 10. Нравственная саморегуляция СМИ. Проблема ответственности в журналистике**

контрольная точка , примерные вопросы:

Какие ?мутации? характерны для профессиональной этики журналиста постперестроечного периода? Какие уровни саморегуляции СМИ можно выделить в варианте ?должного? функционирования масс-медиа? В чем заключается специфика современных общественно-государственных моделей саморегулирования СМИ? Как Вы считаете, может ли Общественный Совет по ТВ быть эффективным? Существует ли корреляция между информационной устойчивостью политической системы и ?общественным? качеством СМИ?

#### **Тема 11. Государственная служба и СМИ как единая информационная система**

устный опрос , примерные вопросы:

1. Согласны ли вы с трактовкой информации как важнейшего управленческого ресурса органов государственной власти? Обоснуйте ваше мнение. 2. Диапазон информационного воздействия на население - от информирования до манипулирования массовым сознанием. Каков информационный коридор? органов государственной власти? 3. Каковы основные методы информирования граждан через СМИ о действиях властных структур? Какие модели взаимодействия госслужбы ? СМИ ? общества наиболее эффективны? 4. Каковы основные направления информационной стратегии сотрудничества пресс-службы со СМИ? 5. Каковы основные ошибки в деятельности пресс-служб? 6. Выделите типичные социально-психологические причины позиционного конфликта госслужба-СМИ. 7. Какие публицистические средства используют СМИ для отстаивания властных приоритетов? В чем проявляется негативное воздействие позиционного конфликта на общество? 8. Требования открытости государственной службы общеизвестны. Можно ли утверждать наличие открытости и прозрачности российских СМИ?

## **Тема 12. Государственная имиджевая политика как инструмент информационной деятельности государства**

реферат , примерные темы:

1. Власть: проблемы коммуникативной легитимности 2. Государственная информационная политика как составляющая модернизации государственной службы 3. Государственная информационная политика в области межэтнического взаимодействия 4. Государственная информационная политика в условиях информационно-психологической войны 5. Государственная служба и СМИ как единая информационная система 6. Государственная служба: коммуникативные проблемы реформирования 7. Государственное обеспечение информационной безопасности и СМИ 8. Государственное регулирование и саморегуляция российских СМИ 9. Деятельность пресс-службы как механизм согласования интересов общества и власти. 10. Имидж региона как информационно-коммуникативный ресурс управления 11. Интернет-активность как форма участия граждан в политической жизни России 12. Информационная политика в системе государственного управления 13. Информационно-аналитическое обеспечение государственной службы 14. Информационно-коммуникативная деятельность органов государственной власти 15. Информационно-коммуникативное управление системой социальной защиты населения 16. Информационные аспекты политической социализации молодежи 17. Менталитет и информационная политика: проблемы идентичности 18. Национальная идеология и информационная политика 19. Роль СМИ в становлении гражданской идентичности россиян 20. Роль СМИ в формировании имиджа власти и государства

устный опрос , примерные вопросы:

Коммуникативная природа имиджа власти. Уровни восприятия имиджа и методологические аспекты его изучения. Роль СМИ и в формировании имиджа власти и государства. В чем суть различия в понятиях ?имидж власти? и ?власть имиджа??

## **Тема . Итоговая форма контроля**

Примерные вопросы к зачету:

1. Информационное поле, пространство, потоки: понятие, принципы формирования.  
2. Мотивационное управление информационными процессами.  
3. Рефлексивное управление как внутренний момент самоорганизации информационных систем  
4. Социальный психоанализ и управление информационными процессами.  
5. Массовая информационная сфера как инструмент самоорганизации социальной системы, особенности функционирования.  
6. Сравнительный анализ эффективности императивных, манипулятивных и диалоговых информационных стратегий.  
7. Коммуникативная легитимность власти как критерий гомеостаза политической системы и эффективности управления информационными процессами.  
8. Процессы деидеологизации и реидеологизации в российской политике, поиск "объединяющей идеи".



9. Историческая и экономическая обусловленность места, роли и функций средств массовой информации в обществе.
10. Механизмы взаимодействия СМИ, общества и государства: правовые, организационные, финансовые, этические.
11. Типология информационно-коммуникативных отношений между гражданскими структурами, СМИ и органами власти. Трансформация статуса СМИ в сфере политики.
12. Журналистика как общественно-политическая, информационная деятельность. Информационный заказ и информационно-политическая диспозиция массмедиа.
13. Роль информационного менеджмента в реализации государственной информационной политики.
14. Свобода слова: философско-политологический аспект.
15. Гарантии свободы массовой информации и возможности их реализации. Функции цензуры в правовом контексте.
16. Правовое регулирование в информационной сфере. Структура информационного законодательства.
17. Сущность журналистской этики как системы, ее функции и особенности трансформации в современном, российском инфопространстве. Проблема ответственности в журналистике
18. Нравственная саморегуляция СМИ. Общественно-государственные модели медийного саморегулирования. Уровни саморегуляции журналистского сообщества.
19. Общественные СМИ: зарубежный опыт и проблемы "торможения" в РФ.
20. Государственное управление как информационно-коммуникативная система.
21. Государственное управление информационной сферой. Проблемы необходимости и достаточности.
22. Модели информационной политики в социуме. Функции государственной информационной политики и модулы социальной коммуникации.

### 7.1. Основная литература:

Массовая коммуникация, Бакулев, Геннадий Петрович, 2005г.

Информационные процессы и информационная политика, Леонтьева, Людмила Станиславовна, 2009г.

Информация в жизни человека и общества, Дрешер, Юлия Николаевна; Дрешер, Вячеслав Леонидович, 2009г.

Социология СМИ, Фомичева, Ирина Дмитриевна, 2007г.

Информационная политика в России, Коновченко, Светлана Васильевна; Киселев, Александр Георгиевич, 2004г.

1. Информационная политика: Учеб. / [П.В. Беспалов, В.Б. Вепринцев, В.В. Воробьев и др.]; Рос. акад. гос. службы при Президенте Рос. Федерации; Под общ. ред. В.Д. Попова. М.: Изд-во РАГС, 2009. 459с.

2. Комаровский В.С. Государственная служба и СМИ/ Курс лекций.- Воронеж, 2003

3. Леонтьева Л.С.. Информационные процессы и информационная политика: учебное пособие [(слайд-конспект лекций) для студентов по специальности 080504 "Государственное и муниципальное управление"] / Л. С. Леонтьева; Акад. гос. и муницип. упр. при Президенте Респ. Татарстан. Казань: Центр инновационных технологий, 2009.-140 с.

4. Леонтьева Л.С. Государственное управление информационными процессами: учебно-методическое пособие для студентов по специальности 080504 "Государственное и муниципальное управление" / Л.С. Леонтьева; Акад. гос. и муницип. упр. при Президенте Респ. Татарстан. Казань: Центр инновационных технологий, 2008.-132с.

Блюмин А.М., Феокистов Н.А. Мировые информационные ресурсы: Учебное пособие.- М.:Издательство: Дашков и К, 2010. Книгафонд: <http://www.knigafund.ru/books/55384>

6. Медиа. Введение: Учебник: под ред. А. Бриггза, П. Кобли Издательство: ЮНИТИ-ДАНА, 2012 Книгафонд: <http://www.knigafund.ru/books/149308>

7. Киселев А.Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть: учебник.- Издательство: ЮНИТИ-ДАНА, 2010 Книгафонд: <http://www.knigafund.ru/books/122636>
8. Прозоров В.В. Власть и свобода журналистики: учебное пособие.-Издательство: Флинта; Наука, 2012 Книгафонд: <http://www.knigafund.ru/books/116225>
9. Средства массовой информации России: учеб. пособие для студентов вузов / [М.И. Алексеева, Л.Д. Болотова, Е.Л. Вартанова и др.]; под ред. д.филол.н., проф. Я.Н. Засурского; науч. ред.: д.филол.н., проф. Е.Л. Вартанова, д.филол.н., проф. М.В. Шкондин; Моск. гос. ун-т. Москва: Аспект Пресс, 2005.-381с
10. Средства массовой информации России: учебное пособие для студентов высших учебных заведений / [М. И. Алексеева и др.]; под ред. д.филол.н., проф. Я. Н. Засурского; науч. ред.: д.филол.н., проф. Е. Л. Вартанова, д.филол.н., проф. М. В. Шкондин.-Москва: Аспект Пресс, 2008.-378с
11. Киселев, Александр Георгиевич. Теория и практика массовой информации: учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Связи с общественностью" / А. Г. Киселев. - Москва: КНОРУС, 2009. - 431 с.: ил., табл.; 22. - Библиогр.: с. 362-373. - Глоссарий: с. 374-400

## 7.2. Дополнительная литература:

- Управление процессами информатизации в региональных хозяйственных системах, Кизина, Анастасия Александровна, 2013г.
- Социология массовых коммуникаций, Черных, Алла Ивановна, 2008г.
- Публичная политика в современной России, Беляева, Н. Ю., 2006г.
- Информационная политика в России, Коновченко, Светлана Васильевна; Киселев, Александр Георгиевич, 2004г.
- Государственная информационная политика в условиях информационно-психологической войны, Манойло, Андрей Викторович; Петренко, Анатолий Иванович; Фролов, Дмитрий Борисович, 2007г.
- Журналистика как средство конструирования социальных проблем, Баутина, Полина Вячеславовна, 2009г.
- Современная пресс-служба, Ворошилов, Валентин Васильевич, 2009г.
- Коммуникативные технологии создания политического дискурса, Федорова, Светлана Викторовна, 2007г.
- Информационно-коммуникативные технологии: теория и практика, Морозова, Галина Викторовна, 2012г.
- Информационное поле современной России: практики и эффекты: материалы V Международной научно-практической конференции, 16 - 18 октября 2008 г. / [науч. ред. д.филол.н., проф. В.З. Гарифуллин; сост. Р.П. Баканов]. - С. 273-281. - Казань, 2008.
- Журналистика и информационная политика в регионе: теория и практика функционирования: Материалы всероссийской научно-практической конференции (15-16.11.2007)/ сост. Н.Ф. Федотова; ред. кол. В.Д. Попов, П.К. Киричек, Н.В. Удалов.- фил. КГУ, - Н.Челны, 2007.
- Информация и коммуникация в стратегии социальных реформ: Сб. научных статей / Под общ. ред. В.Д. Попова.- М.: РАГС, 2006.
- Киричек П.Н. Современная информационная политика: императивно-модусная трансформация// Социс.- 2007.- №10.- С.86-96.
- Коновченко С.В., Киселев А.Г. Информационная политика в России.- М.: РАГС, 2004.- 528с.
- Сухотерин, Леонид Янкович. Информационная работа в государственном аппарате / Леонид Сухотерин, Иван Юдинцев. - Москва: Европа, 2007. - 472, [1] с.: ил.; 23. (Серия "Политучеба"). - Рез. на англ. яз.. - Библиогр. в подстроч. примеч.. - ISBN 978-5-9739-0093-9, 2000. (КФУ - 2 экз, Шифр: 0-767986, 660625)

.Ворошилов, Валентин Васильевич. Современная пресс-служба: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности "Государственное и муниципальное управление" / В. В. Ворошилов; С.-Петерб. гос. ун-т сервиса и экономики. - Москва: КноРус, 2009. - 221 с.; 22 см. - На 4-й с. обл. авт.: Ворошилов В. В. - проф., чл.-кор. Петров. акад. наук и искусств, доц. - Библиогр.: с. 212-215 (74 назв.) и в примеч. в конце гл. - Др. произведения авт. на 4-й с. обл. - ISBN 978-5-390-00246-9, 3000.

8.Черных, Алла Ивановна. Социология массовых коммуникаций: учебное пособие / Алла Черных; Гос. ун-т, Высш. шк. экономики. - Москва: Издат. дом ГУ ВШЭ, 2008. - 451 с.: ил.; 21 см. - На 4-й с. обл. авт.: Черных А.И. - д.социол.н., проф. - Библиогр.: с. 445-451 и в подстроч. прим. - Др. произведения авт. на 4-й с. обл. - ISBN 978-5-7598-0482-6((в пер.)), 2000.

### **7.3. Интернет-ресурсы:**

Институт проблем информационного права - <http://www.medialaw.ru>

Институт развития Свободы информации - <http://www.svobodainfo.org>

Общественная коллегия по жалобам на - <http://www.presscouncil.ru>

ООО ?Ассоциация ?Медиакратия?? - <http://www.mediacratia.ru>

Союз журналистов России - <http://www.ruj.ru>

Фонд развития информационной политики - <http://www.frip.ru>

Центр экстремальной журналистики Союза журналистов России - <http://www.cjes.ru>

### **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)**

Освоение дисциплины "Государственное управление информационными процессами" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

мультимедийное оборудование: проектор, ноутбук. колонки.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 081100.62 "Государственное и муниципальное управление" и профилю подготовки не предусмотрено .

Автор(ы):

Леонтьева Л.С. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

Рецензент(ы):

Ишкинеева Ф.Ф. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.