

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Центр магистратуры



подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Формирование имиджа органов власти на муниципальном уровне М2.ДВ.6

Направление подготовки: 081100.68 - Государственное и муниципальное управление

Профиль подготовки: Управление городским развитием

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Глебова И.С. , Волкова Н.В. , Леонтьева Л.С.

Рецензент(ы):

Ясницкая Я.С.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Глебова И. С.

Протокол заседания кафедры No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института управления, экономики и финансов (центр магистратуры):

Протокол заседания УМК No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Регистрационный No 957945614

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. Волкова Н.В. кафедра государственного и муниципального управления Отделение развития территорий , NVVolkova@kpfu.ru ; доцент, к.н. (доцент) Глебова И.С. кафедра государственного и муниципального управления Отделение развития территорий , Irina.Glebova@kpfu.ru ; доцент, к.н. (доцент) Леонтьева Л.С. кафедра государственного и муниципального управления Отделение развития территорий , LLeonteva@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

"Формирование имиджа органов власти на муниципальном уровне": формирование у обучающихся знаний о целях конструирования имиджа власти, о технологиях, приемах и методах создания позитивного образа функционирования государственных и муниципальных органов; развитие профессиональных коммуникативных компетенций, способствующих развитию эффективного информационного взаимодействия в системе "власть-общество"; овладение социально-информационными механизмами, обеспечивающими повышение эффективности государственного (политического и административного) управления; осмысление и систематизация современных мировоззренческих подходов к решению проблем взаимодействия государства и гражданского общества.

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел " М2.ДВ.6 Профессиональный" основной образовательной программы 081100.68 Государственное и муниципальное управление и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 2 курсе, 3 семестр.

Дисциплина "Формирование имиджа органов власти" относится к общенаучному циклу ООП магистратуры (М.1), его базовой части (1.2). Она ориентирована на обобщение, систематизацию теоретических знаний о современных технологиях формирования позитивного образа органов власти, политиков и государственных служащих, дает представление о целостном механизме коммуникативного позиционирования и функционирования системы государственного информационно-управляющего воздействия на общество, позволяет осмыслить, найти возможные условия оптимизации отношений между властными структурами и различными социальными институтами.

Дисциплина обогащает представления о государстве, власти, коммуникациях в общественно-политической системе, полученные студентами при изучении смежных дисциплин социально-гуманитарного, управленческого, профиля.

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

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-16 (общекультурные компетенции)	владением навыками самостоятельной, творческой работы; умением организовать свой труд; способностью порождать новые идеи, находить подходы к их реализации.
ПК-7 (профессиональные компетенции)	умением оценивать соотношение планируемого результата и затрачиваемых ресурсов.

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

основные научные подходы к определению основополагающих понятий имидж и имиджмейкинг;

особенности коммуникативного позиционирования органов власти и управления;
особенности конструирования и развития позитивного образа власти, политиков и государственных служащих;

социально-коммуникативные технологии, приемы и средства создания, коррекции, развития имиджа;

2. должен уметь:

исследовать индивидуальные и социальные характеристики функционирования управляющих органов и отдельных лиц;

анализировать управленческую и организационную культуру органов власти и управления;

адекватно использовать социально-коммуникативные технологии и осуществлять мониторинг их эффективности.

3. должен владеть:

- использовать методы и средства познания, различные формы и методы обучения и самоконтроля, новые образовательные технологии, для своего интеллектуального развития и повышения культурного уровня;

- использовать накопленный отечественный и зарубежный опыт при формировании имиджа глав муниципальных образований;

- логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь;

- уметь адекватно интерпретировать результаты научных исследований;

- уметь планировать PR мероприятия в рамках государственного и муниципального органа, учреждения или организации;

4. должен демонстрировать способность и готовность:

- правовой терминологией;

- навыками применения законодательства при решении практических задач;

- приемами и методами исследования имиджа как социального явления;

- навыками получения актуальной информации по проблемам формирования имиджа из различных типов источников, включая Интернет

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы) 72 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 3 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. Имидж органа власти как средство воздействия на массовое сознание и управленческий ресурс	3		1	2	0	
2.	Тема 2. Технологии и приемы имиджевых коммуникаций в системе "государственная власть - общество"	3		1	2	0	
3.	Тема 3. Управление имиджевыми процессами информирования населения органом власти	3		1	2	0	
4.	Тема 4. Технологии защиты имиджа органа власти и ее руководителя от негативной информации	3		0	2	0	
5.	Тема 5. Имидж политического лидера: приемы и специфика его формирования	3		1	2	0	
6.	Тема 6. Гендерные аспекты формирования имиджа политического лидера	3		1	2	0	
7.	Тема 7. Особенности формирования имиджа глав муниципальных образований	3		1	2	0	
8.	Тема 8. Продвижение и коррекция имиджа главы города через социальные сети	3		0	2	0	
	Тема . Итоговая форма контроля	3		0	0	0	зачет
	Итого			6	16	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Имидж органа власти как средство воздействия на массовое сознание и управленческий ресурс

лекционное занятие (1 часа(ов)):

1. Имидж: понятие, основные компоненты, типы, признаки. 2. Имидж и образ. Имиджевые характеристики. 3. Основные требования к имиджу организации и персональному имиджу. 4. Образ власти как социально-политический конструкт. 5. Противоречивость процесса формирования имиджа органа власти и управления. 6. Имидж и репутация власти: разница понятий и сущностные черты.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Имидж: понятие, основные компоненты, типы, признаки. 2. Имидж и образ. Имиджевые характеристики. 3. Основные требования к имиджу организации и персональному имиджу. 4. Образ власти как социально-политический конструкт. 5. Противоречивость процесса формирования имиджа органа власти и управления.

Тема 2. Технологии и приемы имиджевых коммуникаций в системе "государственная власть - общество"

лекционное занятие (1 часа(ов)):

1. Основные подходы (развивающий и манипулятивный) к процессу формирования имиджа власти. 2. Цели и технологии внешних коммуникаций ПР-отдела органа власти 3. ПР-приемы для усиления информационного воздействия в имиджевых коммуникациях 4. Государственный праздник как социально-коммуникативная технология власти 5. Пропаганда как технология влияния на массовое сознание и ее разновидности

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Основные подходы (развивающий и манипулятивный) к технологическому процессу формирования имиджа власти. 2. Цели и технологии внешних коммуникаций ПР-отдела органа власти 3. ПР-приемы для усиления информационного воздействия в имиджевых коммуникациях 4. Государственный праздник как социально-коммуникативная технология власти 5. Пропаганда как технология влияния на массовое сознание и ее разновидности

Тема 3. Управление имиджевыми процессами информирования населения органом власти

лекционное занятие (1 часа(ов)):

1. Медиа-релейшнз пресс-службы органа власти: цели, функции, способы реализации 2. Специальные события как технология информирования населения органом власти: задачи и разновидности 3. Государственно-гражданские интернет-коммуникации в процессе формирования имиджа органа власти и граждан 4. Имиджеобразование и краудсорсинг в государственном и муниципальном управлении 5. "Открытое Правительство" как форма диалогической коммуникации власти и граждан.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Медиа-релейшнз пресс-службы органа власти: цели, функции, способы реализации 2. Специальные события как технология информирования населения органом власти: задачи и разновидности 3. Государственно-гражданские интернет-коммуникации в процессе формирования имиджа органа власти и граждан 4. Имиджеобразование и краудсорсинг в государственном и муниципальном управлении 5. ?Открытое Правительство? как форма диалогической коммуникации власти и граждан

Тема 4. Технологии защиты имиджа органа власти и ее руководителя от негативной информации

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Социально-правовые механизмы реализации прав граждан на получение информации о деятельности федеральной, региональной и местной властей. 2. Использование технологии политического шантажа в политической борьбе как девальвация духовных ценностей личности политического деятеля. 3. Понятие и назначение базовой модели ?антиимиджа?. 4. Основные приемы защиты имиджа и деловой репутации при диффамации. 5. Приведите примеры работы имиджмейкеров по основным антиимиджевым блокам.

Тема 5. Имидж политического лидера: приемы и специфика его формирования

лекционное занятие (1 часа(ов)):

1. Теоретическая модель имиджа политического лидера. 2. Составляющие имиджа политического лидера. 3. Основные приемы формирования имиджа политического лидера. 4. Психологическое содержание, общие требования и условия формирования политического имиджа. 5. Формирование эффективного политического имиджа

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Теоретическая модель имиджа политического лидера. 2. Составляющие имиджа политического лидера. 3. Основные приемы формирования имиджа политического лидера. 4. Психологическое содержание, общие требования и условия формирования политического имиджа. 5. Формирование эффективного политического имиджа.

Тема 6. Гендерные аспекты формирования имиджа политического лидера

лекционное занятие (1 часа(ов)):

1. Сущность понятия "политическое лидерство женщины" и "женщины-политики". 2. Основные, детерминированные социальной средой составляющие имиджа женщины-политика 3. Применение технологий формирования имиджа в контексте "политик - женщина". 4. Факторы формирования и адекватное им технологическое обеспечение имиджа женщин-политиков.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Сущность понятия ?политическое лидерство женщины? и ?женщины-политики?. 2. Основные, детерминированные социальной средой составляющие имиджа женщины-политика; 3. Применение технологий формирования имиджа в контексте ?политик ? женщина?. 4. Факторы формирования и адекватное им технологическое обеспечение имиджа женщин-политиков.

Тема 7. Особенности формирования имиджа глав муниципальных образований

лекционное занятие (1 часа(ов)):

1. Социальная сущность и характеристика имиджа органов местного самоуправления. 2. Структура и функции имиджа органов местного самоуправления 3. Особенности имиджа органов глав муниципальных образований. 4. Взаимодействие субъектов в процессе формирования имиджа органов местного самоуправления. 5. Функции и принципы социального управления имиджем органов местного самоуправления

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Социальная сущность и характеристика имиджа органов местного самоуправления. 2. Структура и функции имиджа органов местного самоуправления. 3. Особенности имиджа глав муниципальных образований. 4. Взаимодействие субъектов в процессе формирования имиджа органов местного самоуправления. 5. Функции и принципы социального управления имиджем органов местного самоуправления.

Тема 8. Продвижение и коррекция имиджа главы города через социальные сети

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Стратегии и технологии формирования имиджа политических лидеров через социальные сети. 2. Каналы трансляции образов глав городов и их целевая аудитория. 3. Социальные сети ? пространство для диалога между властью и народом. 4. Потенциал социальных сетей с точки зрения коммуникативных технологий в коррекции имиджа главы города.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Имидж органа власти как средство воздействия на массовое сознание и управленческий ресурс	3		Эссе	6	Проверка Эссе

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
2.	Тема 2. Технологии и приемы имиджевых коммуникаций в системе "государственная власть - общество"	3		Реферат	6	Проверка реферата
3.	Тема 3. Управление имиджевыми процессами информирования населения органом власти	3		Круглый стол	6	Обсуждение итогов круглого стола
4.	Тема 4. Технологии защиты имиджа органа власти и ее руководителя от негативной информации	3		Домашнее контрольное задание	6	Защита
5.	Тема 5. Имидж политического лидера: приемы и специфика его формирования	3		решение кейсов	6	обсуждение кейсов
6.	Тема 6. Гендерные аспекты формирования имиджа политического лидера	3		Творческое задание	6	Защита творческого задания
7.	Тема 7. Особенности формирования имиджа глав муниципальных образований	3		Кейс	6	Обсуждение кейса
8.	Тема 8. Продвижение и коррекция имиджа главы города через социальные сети	3		Итоговое тестирование	8	Проверка теста
	Итого				50	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Лекции, семинарские занятия, семинары-дискуссии, деловая игра, тестирование, защита презентаций.

Внеаудиторная работа студентов включает: изучение литературы по проблемам коррупции и антикоррупционной политики, самостоятельная разработка проекта антикоррупционной программы, изучение и анализ нормативно-правовых актов, подготовка презентаций с использованием мультимедийных компьютерных технологий.

Основные виды образовательных технологий

1. Работа в команде - совместная деятельность студентов в группе под руководством лидера, направленная на решение общей задачи путем творческого сложения результатов индивидуальной работы членов команды с делением полномочий и ответственности.
2. Мозговой штурм - антикоррупционная экспертиза нормативного акта.

3. Проблемное обучение - стимулирование студентов к самостоятельному приобретению знаний, необходимых для решения конкретной проблемы - написание проблемных сочинений по антикоррупционной тематике.
4. Индивидуальное обучение - выстраивание студентом собственной образовательной траектории на основе формирования индивидуальной образовательной программы с учетом интересов студента - самостоятельное изучение студентами учебной и научно-исследовательской литературы по теме исследования.
5. Опережающая самостоятельная работа - изучение студентами нового материала до его изучения в ходе аудиторных занятий - Самостоятельное изучение студентами учебной и научно-исследовательской литературы для подготовки докладов, рефератов.

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

Тема 1. Имидж органа власти как средство воздействия на массовое сознание и управленческий ресурс

Проверка Эссе, примерные вопросы:

1. Имидж органа исполнительной власти как управленческий ресурс
2. Особенности формирования имиджа органов муниципальной власти на примере МО г.Казань
3. Репутационные риски власти и коммуникативные технологии их минимизации
4. Имидж органов власти как отражение политической культуры граждан
5. Механизм обратных связей как условие формирования позитивного имиджа органов власти и управления.
6. Государственный праздник как имиджевая коммуникация власти
7. Краудсорсинг в процессе имиджеобразования государственной и муниципальной власти
8. Мониторинг медийного поля как элемент управления имиджевыми коммуникациями власти
9. Пропаганда и контрпропаганда в процессе формирования имиджа власти

Тема 2. Технологии и приемы имиджевых коммуникаций в системе "государственная власть - общество"

Проверка реферата, примерные темы:

Технологии защиты имиджа власти. Политика гендерного равноправия в России и за рубежом. Историческая традиция женского лидерства: феномены М. Тэтчер, Индиры Ганди, Б. Бхутто, К. Акино. Стили политической деятельности женщин-лидеров. 14. Имиджевые аспекты муниципальной власти Особенности формирования имиджа глав муниципальных образований в Республике Татарстан Использование возможностей социальных сетей для продвижения персонального делового имиджа (на примере нескольких сетей).

Тема 3. Управление имиджевыми процессами информирования населения органом власти

Обсуждение итогов круглого стола, примерные вопросы:

Круглый стол на тему "Специфика главы муниципального образования"

Тема 4. Технологии защиты имиджа органа власти и ее руководителя от негативной информации

Защита, примерные вопросы:

Пропаганда как технология влияния на массовое сознание и ее разновидности Медиарелейшнз пресс-службы органа власти: цели, функции, способы реализации Специальные события как технология информирования населения органом власти: задачи и разновидности Государственно-гражданские интернет-коммуникации в процессе формирования имиджа органа власти и граждан Имиджеобразование и краудсорсинг в государственном и муниципальном управлении ?Открытое Правительство? как форма диалогической коммуникации власти и граждан

Тема 5. Имидж политического лидера: приемы и специфика его формирования

Обсуждение кейсов, примерные вопросы:

Кейс

Тема 6. Гендерные аспекты формирования имиджа политического лидера

Защита творческого задания, примерные вопросы:

Творческая работа (эссе) представляет собой оригинальное произведение объемом до 10 страниц текста (до 3000 слов), посвященное какой-либо изучаемой проблеме. Творческая работа не является рефератом и не должна носить описательный характер, большое место в ней должно быть уделено аргументированному представлению своей точки зрения студентами, критической оценке рассматриваемого материала и проблематики. Это должно способствовать раскрытию творческих и аналитических способностей, привитию интереса к исследовательской деятельности. Структура эссе: 1. Титульный лист; 2. Введение - суть и обоснование выбора данной темы, важно правильно сформулировать вопрос, на который вы собираетесь найти ответ в ходе своего исследования. 3. Основная часть - теоретические основы выбранной проблемы и изложение основного вопроса. Данная часть предполагает развитие аргументации и анализа, а также обоснование их, исходя из имеющихся данных, других аргументов и позиций по этому вопросу. В этом заключается основное содержание эссе и это представляет собой главную трудность. Поэтому важное значение имеют подзаголовки, на основе которых осуществляется структурирование аргументации; именно здесь необходимо обосновать (логически, используя данные или строгие рассуждения) предлагаемую аргументацию/анализ. Там, где это необходимо, в качестве аналитического инструмента можно использовать графики, диаграммы и таблицы. В зависимости от поставленного вопроса анализ проводится на основе следующих категорий: Причина ? следствие, общее ? особенное, форма ? содержание, часть ? целое, постоянство ? изменчивость. В процессе построения эссе необходимо помнить, что один параграф должен содержать только одно утверждение и соответствующее доказательство, подкрепленное графическим и иллюстративным материалом. 4. Заключение - обобщения и аргументированные выводы по теме с указанием области ее применения и т.д. Подытоживает эссе или еще раз вносит пояснения, подкрепляет смысл и значение изложенного в основной части. Методы, рекомендуемые для составления заключения: повторение, иллюстрация, цитата, впечатляющее утверждение. Заключение может содержать такой очень важный, дополняющий эссе элемент, как указание на применение (импликацию) исследования, не исключая взаимосвязи с другими проблемами.

Тема 7. Особенности формирования имиджа глав муниципальных образований

Обсуждение кейса, примерные вопросы:

Кейс

Тема 8. Продвижение и коррекция имиджа главы города через социальные сети

Проверка теста, примерные вопросы:

1. Для успеха имиджевых коммуникаций необходимо наличие: 1. только прямых связей с объектами 2. только обратных связей с объектами 3. отсутствие каких-либо связей 4. прямых и обратных связей 2. Автор линейной модели коммуникации ? 1. Лазарсфельд 2. Лассуэлл 3. Парсонс 3. Структура имиджа организации (отметить лишнее): 1. Имидж товара 2. Потребителей товара 3. Внутренний имидж организации 4. Имидж руководителя 5. Имидж персонала 6. Имидж конкурентов 7. Визуальный имидж 8. Социальный имидж организации 9. Бизнес-имидж 4. Типы имиджа (отметить не существующий): 1. Объективный 2. Субъективный 3. Моделируемый 4. Виртуальный 5. ?Позитивная известность, формируемая с использованием СМИ, для которых данная информация имеет ценность новости? - это 1. Реклама 2. Паблицити 3. Пропаганда 6. Понятие общественного мнения было впервые разработано: 1. в России 2. в Германии 3. во Франции 4. в США 7. Цель?. склонить на свою сторону, к определенному мироощущению, мировоззрению 1. Рекламы 2. Пропаганды 3. Паблик рилейшнз 4. Паблицити 8. Для работы по связям с общественностью характерно: 1. Руководящее доминирование по отношению к аудитории 2. Партнерство с целевой аудиторией 3. Индифферентное отношение к любой аудитории 9. Функции социальных мифов. Отметить не соответствующую: 1. Стабилизирующая 2. Дестабилизирующая 3. Объединяющая 4. Изолирующая 5. Карательная 10. В соответствии с Законами формирования общественного мнения, легче заставить людей: 1. Поверить во что-то 2. Не верить чему-то 3. Одинаково трудно и то и другое

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

ВОПРОСЫ для зачета:

1. Имидж: понятие, основные компоненты, типы, признаки.
2. Имидж и образ. Имиджевые характеристики.
3. Основные требования к имиджу организации и персональному имиджу.
4. Образ власти как социально-политический конструкт.
5. Противоречивость процесса формирования имиджа органа власти и управления.
6. Основные подходы (развивающий и манипулятивный) к технологическому процессу формирования имиджа власти.
7. Цели и технологии внешних коммуникаций ПР-отдела органа власти
8. ПР-приемы для усиления информационного воздействия в имиджевых коммуникациях
9. Государственный праздник как социально-коммуникативная технология власти
10. Пропаганда как технология влияния на массовое сознание и ее разновидности
11. Медиа-релейшнз пресс-службы органа власти: цели, функции, способы реализации
12. Специальные события как технология информирования населения органом власти: задачи и разновидности
13. Государственно-гражданские интернет-коммуникации в процессе формирования имиджа органа власти и граждан
14. Имиджеобразование и краудсорсинг в государственном и муниципальном управлении
15. "Открытое Правительство" как форма диалогической коммуникации власти и граждан
16. Социально-правовые механизмы реализации прав граждан на получение информации о деятельности федеральной, региональной и местной властей.
17. Использование технологии политического шантажа в политической борьбе как девальвация духовных ценностей личности политического деятеля.
18. Понятие и назначение базовой модели "антиимиджа".
19. Приведите примеры работы имиджмейкеров по основным антиимиджевым блокам
20. Основные приемы защиты имиджа и деловой репутации при диффамации.
21. Составляющие имиджа политического лидера.
22. Основные приемы формирования имиджа политического лидера.
23. Психологическое содержание, общие требования и условия формирования политического имиджа.
24. Основные, детерминированные социальной средой составляющие имиджа женщины-политика;
25. Применение технологий формирования имиджа в контексте "политик - женщина".
26. Структура и функции имиджа органов местного самоуправления.
27. Особенности имиджа глав муниципальных образований.

7.1. Основная литература:

Основная литература

1. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью : имидж, репутация, бренд. - М.: Аспект Пресс, 2012. - 161 с. <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=6040>

Дополнительная литература:

1. Урегулирование конфликта интересов и противодействие коррупции на гражданской и муниципальной службе: теория и практика: Уч. пос. / С.Ю.Кабашов - М.: ИНФРА-М, 2011. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=206586>
2. Братановский С.Н. Основное содержание позитивной ответственности в системе государственной и муниципальной службы / Вестник Саратовской государственной академии права, №3, 2012 <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=414037>
3. Организационное поведение государственных служащих: Учебное пособие / Н.Л. Захаров. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=448948>

7.2. Дополнительная литература:

1. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью : имидж, репутация, бренд. - М.: Аспект Пресс, 2012. - 161 с. <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=6040>
2. Урегулирование конфликта интересов и противодействие коррупции на гражданской и муниципальной службе: теория и практика: Уч. пос. / С.Ю.Кабашов - М.: ИНФРА-М, 2011. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=206586>
3. Братановский С.Н. Основное содержание позитивной ответственности в системе государственной и муниципальной службы / Вестник Саратовской государственной академии права, ♦3, 2012 <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=414037>
4. Организационное поведение государственных служащих: Учебное пособие / Н.Л. Захаров. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=448948>

7.3. Интернет-ресурсы:

PR Online - <http://pronline.ru>

PR в Российском Контексте - <http://pr-info.ru>

Политика и PR - <http://politicpr.com/>

Универсальная база данных зарубежных полнотекстовых научных журналов по всем областям знаний - <http://search.epnet.com> - EBSCO

Центр гуманитарных технологий. Экспертно-аналитический портал -

<http://gtmarket.ru/ratings/human-development-index/human-development-index-info>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Формирование имиджа органов власти на муниципальном уровне" 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.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "БиблиоРоссика", доступ к которой предоставлен студентам. В ЭБС "БиблиоРоссика" представлены коллекции актуальной научной и учебной литературы по гуманитарным наукам, включающие в себя публикации ведущих российских издательств гуманитарной литературы, издания на английском языке ведущих американских и европейских издательств, а также редкие и малотиражные издания российских региональных вузов. ЭБС "БиблиоРоссика" обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "Консультант студента", доступ к которой предоставлен студентам. Электронная библиотечная система "Консультант студента" предоставляет полнотекстовый доступ к современной учебной литературе по основным дисциплинам, изучаемым в медицинских вузах (представлены издания как чисто медицинского профиля, так и по естественным, точным и общественным наукам). ЭБС предоставляет вузу наиболее полные комплекты необходимой литературы в соответствии с требованиями государственных образовательных стандартов с соблюдением авторских и смежных прав.

Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Мультимедийное оборудование в аудитории.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 081100.68 "Государственное и муниципальное управление" и магистерской программе Управление городским развитием .

Автор(ы):

Глебова И.С. _____

Волкова Н.В. _____

Леонтьева Л.С. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Ясницкая Я.С. _____

"__" _____ 201__ г.