

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



подписано электронно-цифровой подписью

### Программа дисциплины

Развитие внешних связей муниципальных учреждений БЗ.ДВ.7

Направление подготовки: 081100.62 - Государственное и муниципальное управление

Профиль подготовки: Коммуникации в государственном и муниципальном управлении

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

**Автор(ы):**

Леонтьева Л.С.

**Рецензент(ы):**

Глебова И.С.

### **СОГЛАСОВАНО:**

Заведующий(ая) кафедрой: Глебова И. С.

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

Учебно-методическая комиссия Института управления, экономики и финансов (отделение развития территорий):

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

Регистрационный No 948347114

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 развития территорий ,  
LSLeonteva@kpfu.ru

### 1. Цели освоения дисциплины

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 " БЗ.ДВ.7 Профессиональный" основной образовательной программы 081100.62 Государственное и муниципальное управление и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 4 курсе, 8 семестр.

Дисциплина "Развитие внешних связей муниципальных учреждений" ориентирована на обобщение, систематизацию теоретических знаний о современных технологиях формирования позитивного образа органов муниципальной власти, политиков и муниципальных служащих, дает представление о целостном механизме коммуникативного позиционирования и функционирования системы 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-13 (общекультурные компетенции)	способностью и готовностью к личностному и профессиональному самосовершенствованию, саморазвитию, саморегулированию, самоорганизации, самоконтролю, к расширению границ своих профессионально-практических познаний; умением использовать методы и средства познания, различные формы и методы обучения и самоконтроля, новые образовательные технологии для своего интеллектуального развития и повышения культурного уровня
ПК-39 (профессиональные компетенции)	умением выявлять и оценивать проектные возможности в профессиональной деятельности и формулировать проектные цели
ПК-40 (профессиональные компетенции)	способностью использовать современные методы управления проектом, направленные на своевременное получение качественных результатов, определение рисков и управление бюджетом

В результате освоения дисциплины студент:

4. должен демонстрировать способность и готовность:

В результате освоения содержания дисциплины "Развитие внешних связей муниципальных учреждений" студент 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;

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.

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

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

Форма промежуточного контроля дисциплины экзамен в 8 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. Технологии и приемы имиджевых коммуникаций в системе ?муниципальная власть - общество?	8	1,2	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	
2.	Тема 2. Управление имиджевыми процессами информирования населения органом муниципальной власти. Технологии защиты имиджа органа власти и ее руководителя от негативной информации	8	3.4.5	6	6	0	контрольная работа
3.	Тема 3. Имидж политического лидера: приемы и специфика его формирования. Гендерные аспекты формирования имиджа политического лидера	8	6.7	4	4	0	творческое задание
4.	Тема 4. Особенности формирования имиджа глав муниципальных образований. Продвижение и коррекция имиджа главы города через социальные сети	8	8.9	4	4	0	эссе
	Тема . Итоговая форма контроля	8		0	0	0	экзамен
	Итого			18	18	0	

#### 4.2 Содержание дисциплины

**Тема 1. Технологии и приемы имиджевых коммуникаций в системе ?муниципальная власть - общество?**

**лекционное занятие (4 часа(ов)):**

Формирование имиджа органа власти ? это сложный и многоступенчатый процесс, включающий в себя определенные стадии. Наиболее важными являются такие стадии, как определение ожиданий и требований целевой аудитории; внедрение необходимых характеристик в формируемый имидж; продвижение сформированного имиджа с помощью средств массовой коммуникации; постоянная корректировка основных параметров имиджа в соответствии с изменяющимися потребностями целевой аудитории. В процессе формирования политического имиджа государственной власти определение наиболее эффективных методов, приемов и способов внедрения имиджа в массовое сознание является особо важной задачей при разработке имиджевой стратегии. Внутренний, т.е. ориентированный на аудиторию страны-региона, имидж представляет совокупность, включающую имидж органов государственной и муниципальной власти и имидж руководителей этих органов. Формирование такого совокупного имиджа государственной власти происходит в процессе политической коммуникации, эффективность которой обусловлена наличием: ? отправителя (источника/передатчика), ? сообщения, ? канала коммуникации, ? получателя (адресата), ? эффекта (результата) коммуникации, ? обратной связи. Если в массовом (индивидуальном) сознании формируются определенные политические установки, приводящие к определенному политическому поведению, заданному коммуникатором, то можно говорить, что цель политической коммуникации достигнута. Внедрение в массовое сознание конструируемых образов субъектов административно-политической деятельности осуществляется с помощью технологий пропаганды, политического и государственного PR.

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

1. Основные подходы (развивающий и манипулятивный) к процессу формирования имиджа власти.
2. Цели и технологии внешних коммуникаций PR-отдела органа власти
3. PR-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 2. Управление имиджевыми процессами информирования населения органом муниципальной власти. Технологии защиты имиджа органа власти и ее руководителя от негативной информации**

***лекционное занятие (6 часа(ов)):***

В схеме коммуникационного механизма формирования имиджа органа государственной и муниципальной власти связующую роль играют каналы коммуникации, способы взаимодействия со СМИ. Связи со средствами массовой информации (медиаарелейшнз) ? одно из важнейших направлений PR, ведь СМИ на протяжении нескольких веков были самым мощным инструментом воздействия на массовое восприятие. Средства массовой информации представляют собой систему сформировавшихся социальных институтов, они предназначены для распространения информации и широкого обмена сообщениями в рамках всего общества. Кроме того, СМИ являются каналом выражения общественного мнения и системой формирования общественного мнения. Именно поддержкой связей со СМИ в основном и занимается большинство специалистов по связям с общественностью государственных учреждений. Формирование оптимальной коммуникативной среды происходит в первую очередь за счет целенаправленной деятельности PR-служб, их умения направлять творческие силы журналистов в соответствии со своим стратегическим планом. Основная цель медиаарелейшнз ? регулярная связь со СМИ, наличие открытых и доброжелательных отношений с медиасообществом, создание положительной репутации в среде журналистов. При этом следует понимать, что главными критериями эффективной работы со СМИ являются такие позиции, как качество подготовленного материала и сам факт его появления в СМИ. Формируя отношения со СМИ, каждое учреждение должно устанавливать формальную политику взаимодействия с ними, включающую в себя соблюдение правил предоставления информации для СМИ, а также осуществлять сбор и анализ информации, уже выпущенной СМИ для общественности. А.Н. Чумиков, генеральный директор агентства ?Международный пресс-клуб. Чумиков PR и консалтинг? предлагает начинать работу со СМИ с формирования базы данных по ним, куда включают максимальное количество средств массовой информации, представляющие интерес для организации. В типовом варианте база выглядит следующим образом : ? специализированные (отраслевые); ? внутренние; ? деловые; ? государственные; ? целевые интернет-ресурсы; ? в отдельных случаях ? общепопулярные. Поскольку СМИ имеют свойство закрываться, реорганизоваться, интенсивно конвергироваться в интернет-среду и смежные форматы, то корректировка базы должна быть постоянным процессом.

***практическое занятие (6 часа(ов)):***

1. Медиаарелейшнз 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 3. Имидж политического лидера: приемы и специфика его формирования.  
Гендерные аспекты формирования имиджа политического лидера**

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

Построение удачного политического имиджа главным образом зависит от следующих условий: от знания и понимания настроений, требований и установок своих будущих или настоящих последователей и умения показать, что политик - именно тот, кто полностью отвечает потребностям публики. Одна из самых действенных стратегий для завоевания доверия публики - показать политику, что он похож на них, что у него одинаковые с ними заботы и проблемы, что он - ?один из них?. Чрезмерная оригинальность в сфере политики при формулировании программ, построении имиджа политического лидера недопустима, она лишь оттолкнёт от политика большую часть людей. Понимание имиджмейкинга в литературе многозначно. В самых простых трактовках это банальная ?упаковка? товара ? в данном случае политического. Завернуть товар в красивую бумажку, перевязать ленточкой с бантиком ? все это повышает его привлекательность и увеличивает объем продаж. Однако этого явно недостаточно. В других трактовках имиджмейкинг рассматривается как предпродажная подготовка. Здесь уже мало упаковки ? надо отладить, отполировать и в целом подготовить данный ?товар? для употребления. Только после этого можно заниматься ?упаковкой?. Все многообразие значений этого английского слова показывает невозможность его сведения к привычному в русском языке понятию ?образ?. Имидж ? не просто психический образ сознания как отражение реальности. Это специально моделируемое целенаправленное ?отражение отражения?, то есть отражение образа, уже созданного профессионалами на основе некоторой реальности. Это не зеркало, а скорее ?Зазеркалье?. Политические реалии современного общества таковы, что рядовой избиратель не имеет возможности личного контакта с политиком или другим государственным деятелем. Он воспринимает политика таким, каким его представляют обществу средства массовой информации. Созданием образа политического деятеля занимаются специалисты в области имиджбилдинга. Имидж, с которым действует политик во время избирательной кампании и благодаря которому он должен победить, называется стратегическим образом. Он должен соответствовать некоторым обязательным особенностям. Во-первых, этот образ является строго обусловленным. Это значит, что характер имиджа зависит, а точнее говоря должен учитывать культурную специфику, уровень образования населения, экономической ситуации и другие особенности избирательного округа. Во-вторых, стратегический образ обусловлен также и временем. Использование успешного имиджа предыдущих лет не гарантирует успеха в других кампаниях, так как потребности избирателей меняются, как меняется и обстановка в стране в целом.

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

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 4. Особенности формирования имиджа глав муниципальных образований.**

**Продвижение и коррекция имиджа главы города через социальные сети**

**лекционное занятие (4 часа(ов)):**



Формирование эффективного политического имиджа - процесс непростой и длительный, зависящий от многих факторов. Однако любой имидж должен обязательно удовлетворять нескольким общим требованиям. Отметим их. Первое. В политическом имидже должны обязательно быть черты победителя. Это должно проявляться прежде всего в оценках личности. Второе. Необходимо, чтобы в политическом имидже присутствовали ?черты отца?. Данное требование является отражением фрейдистских взглядов на проблему лидерства, которые трудно опровергнуть. По З. Фрейду, ?масса просто нуждается в лидере, как семейство нуждается в авторитетном отце?. Данные устойчивые социальные ожидания и стали основой этого важного требования к имиджу. Третье. Стереотипная многоплановость имиджа. Мы говорили о том, что имидж не должен быть сложным, его сила - в стереотипности. Но данная стереотипность должна быть переменной и многоплановой, т.е. направленной на отдельные социальные группы или страны, так как у них свои специфические стереотипы. Четвертое. Открытость (видимая доступность). Это требование можно считать следствием второго и третьего. Открытость воспринимается как эффективная обратная связь избирателей с лидером. Многие склонны считать, что только это помогает политику верно ориентироваться в ситуации. К тому же многие склонны верить, ?что они напишут... и им помогут, или многое изменится?. Пятое. Эффективные коммуникации. Имидж транслируется в процессе многочисленных политических коммуникаций. Шестое. Окружение. Существует крылатое высказывание ?король делает его свита?. Оно полностью справедливо и в случае формирования эффективного имиджа во время избирательных кампаний. Седьмое. Рациональная инновация, неординарное решение. формируется активный имидж местных органов власти посредством: – письменных обращений населения в органы муниципального управления; – личного приема населения во властных структурах; – организации встреч представителей власти с населением; – периодической отчетности органов власти о проделанном и задуманном через средства массовой информации; – проведения выборов, референдумов, а также социологических опросов общественного мнения по проблемам, волнующим население; ? пропаганды гражданской активности, возможности участия каждого в управлении муниципалитетом.

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

. 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.

**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. Технологии и приемы имиджевых коммуникаций в системе ?муниципальная власть - общество?	8	1,2	подготовка к устному опросу	8	устный опрос

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
2.	Тема 2. Управление имиджевыми процессами информирования населения органом муниципальной власти. Технологии защиты имиджа органа власти и ее руководителя от негативной информации	8	3.4.5	подготовка к контрольной работе	12	контрольная работа
3.	Тема 3. Имидж политического лидера: приемы и специфика его формирования. Гендерные аспекты формирования имиджа политического лидера	8	6.7	подготовка к творческому заданию	8	творческое задание
4.	Тема 4. Особенности формирования имиджа глав муниципальных образований. Продвижение и коррекция имиджа главы города через социальные сети	8	8.9	подготовка к эссе	8	эссе
	Итого				36	

## 5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

тесты; кейсы; эссе

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

### Тема 1. Технологии и приемы имиджевых коммуникаций в системе ?муниципальная власть - общество?

устный опрос , примерные вопросы:

1. Раскройте цели и специфические технологии имиджевых коммуникаций органа власти.
2. Какие существуют парадигмы информационно-психологического воздействия и в чем их специфика?
3. Какие ПР-приемы используются при формировании имиджа органа власти?
4. Применяются ли при позиционировании органа власти технологии ?мягкой пропаганды??
5. В чем состоит коммуникативная специфика государственного праздника как технологии создания специального события?
6. Способно ли проведение праздничных мероприятий работать на корректировку образа власти?
7. В современном обществе оптимальным является пропаганда через манипулирование, через информирование или через убеждение?

## **Тема 2. Управление имиджевыми процессами информирования населения органом муниципальной власти. Технологии защиты имиджа органа власти и ее руководителя от негативной информации**

контрольная работа , примерные вопросы:

1. Что означает термин ?медиарилейшнз?? 2. Мониторинг информационных материалов о деятельности органов государственной и муниципальной власти: особенности количественного и качественного анализа. 3. Проанализируйте общественно-политические газеты и найдите публикации, которые нацелены на проблематизацию интересов конкретных социальных субъектов. 4. В чем состоит отличие пресс-конференции от интервью и как оценить результативность пресс-конференции? 5. Какие текстовые материалы готовит пресс-служба органа власти для передачи в СМИ? 6. Каковы задачи ?специального события? в государственных структурах? 7. Особенности и стратегические установки краудсорсинга в структурах государственного и муниципального управления.

## **Тема 3. Имидж политического лидера: приемы и специфика его формирования. Гендерные аспекты формирования имиджа политического лидера**

творческое задание , примерные вопросы:

1. Достаточно ли внимания уделяет своему имиджу современная российская власть? 2. Какими методами и средствами можно обеспечить защиту институтов публичной власти от негативного манипулятивного и шантажного воздействия субъектов политики и политической жизни общества? 3. Какие нормативные документы защищают доступ граждан к информации, какие существуют формы и способы реализации правовых норм, касающихся взаимодействия личности, общества и государства со средствами массовой информации? 4. Востребована ли ответственность должностных лиц федеральных органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, юридических лиц и граждан за использование тех или иных политтехнологических средств при проведении различных политических кампаний? 5. Какие именно аспекты имиджа власти (лидера) могут стать объектами информационных атак? 6. В чем суть технологии ?вакцинации?? Приведите конкретные примеры. 7. Какими средствами можно блокировать возможности политических манипуляций общественным сознанием? . 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 4. Особенности формирования имиджа глав муниципальных образований. Продвижение и коррекция имиджа главы города через социальные сети**

эссе , примерные темы:

Как в научной литературе классифицируются основные типы политического лидерства? 2. По каким основаниям конструируется имидж политического лидера? 3. Что отличает и что объединяет имидж властной структуры и имидж политического лидера? 4. Назовите главные проблемы затрудняющие формирование доверия граждан России к властным структурам, формирование благожелательного имиджа этих структур в сознании населения. 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. 1. Перечислите основные активные инструменты продвижения имиджа главы города через социальные сети. 2. Проведите сравнительный анализ технологий формирования имиджа в Интернет ? СМИ на примере мера города Казани.

## **Тема . Итоговая форма контроля**

Примерные вопросы к экзамену:

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. Медиарелейшнз 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:**

1. Кирпичев А.Е., Гражданско-правовое регулирование муниципальных закупок и муниципальных контрактов.- М.; РАП, 2012.- 278 с.  
<http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=9446>.
2. Чепурнова Н.М., Филиппова А.В., Муниципальное право Российской Федерации : учебно-практическое пособие.- М.; ЕОИ, 2011.- 561 с.  
<http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=6427>
3. Вершило Т.А., Муниципальное образование как субъект межбюджетных отношений: Учебное пособие.- М.; РАП, 2010.- 184 с.  
<http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=10188>:

### **7.2. Дополнительная литература:**

1. Управление развитием туристического комплекса муниципального образования: Учебное пособие / А.Э. Саак, Е.В. Жертовская. - М.: КУРС: НИЦ Инфра-М, 2012.  
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=265584>

### 7.3. Интернет-ресурсы:

Region PR: Коммуникационная Группа и региональный PR-портал. - <http://regionpr.ru/>  
Ассоциация Компаний-Консультантов в Области Связей с Общественностью (АКОС). - <http://akos-icco.ru>  
Политика и PR - <http://politicpr.com/>  
РАСО: Российский PR-портал - <http://raso.ru/>  
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 "Развитие внешних связей муниципальных учреждений" 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.

## мультимедийное оборудование

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 081100.62 "Государственное и муниципальное управление" и профилю подготовки Коммуникации в государственном и муниципальном управлении .

Автор(ы):

Леонтьева Л.С. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

Рецензент(ы):

Глебова И.С. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.