

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет управления и психологии

УТВЕРЖДАЮ:
Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор

Иванов А.Г.
30 июня 2017г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ДВ.06.01 ИМИДЖ ОРГАНА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность 38.04.04 – Государственное и муниципальное управление

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль) / специализация «Государственная политика и государственная служба»

(наименование направленности (профиля) специализации)

Программа подготовки академическая

(академическая /прикладная)

Форма обучения очная

(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника магистр

(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2017

Рабочая программа дисциплины «ИМИДЖ ОРГАНА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление

Программу составил(и):
Сазантович А.Б., доцент, канд. полит. наук


_____ подпись

Рабочая программа дисциплины «Имидж органа государственной власти» утверждена на заседании кафедры государственной политики и государственного управления
протокол № 12 «03» мая 2017 г.
Заведующий кафедрой И.В. Мирошниченко


_____ подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета управления и психологии
протокол № 6 «04» мая 2017 г.
Председатель УМК факультета А.Н. Кимберг


_____ подпись

Рецензенты:
Н.П. Гриценко, Первый заместитель председателя Законодательного Собрания Краснодарского края – председатель комитета по вопросам информационной политики;

Виноградова К.В., кандидат исторических наук, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью КубГУ.

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля).

1.1 Цель освоения дисциплины.

Цель изучения дисциплины – на основе знания основных видов, структуры, стратегий и инструментария маркетинговых коммуникаций сформировать у обучающихся умения и навыки анализа, планирования и организации комплекса целенаправленных мер по конструированию и формированию имиджа, адекватного стратегии, целям и задачам, внутренним и внешним условиям деятельности органа публичной власти.

1.2 Задачи дисциплины.

1. Сформировать **знания** в области видов, моделей и основных стратегий маркетинговых коммуникаций, позволяющих конструировать и формировать имидж, адекватный стратегии, целям и задачам, внутренним и внешним условиям деятельности органа публичной власти;

2. Сформировать **умение** осуществлять стратегическое планирование и выработку на основе междисциплинарного инструментария мер по конструированию и формированию имиджа, адекватного стратегии, целям и задачам, внутренним и внешним условиям деятельности органа публичной власти;

3. Развить **владение** навыками выработки и организации осуществления комплекса целенаправленных мер по конструированию и формированию имиджа, адекватного стратегии, целям и задачам, внутренним и внешним условиям деятельности органа публичной власти.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Имидж органа государственной власти» относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» (Б1.В.ДВ.06.01) учебного плана ООП магистратуры по направлению подготовки 38.04.04 – Государственное и муниципальное управление, профиль «Государственная политика и государственная служба».

Дисциплина находится в логической и содержательно-методической взаимосвязи с другими частями ООП. Успешному освоению дисциплины будут способствовать знания, умения и навыки, приобретенные студентами в процессе изучения таких дисциплин, как «Методология научного исследования», «Информационно-аналитические технологии государственного и муниципального управления», «Государственная информационная политика».

С другой стороны, освоение настоящей дисциплины будет способствовать успешному параллельному изучению дисциплины «Оценка эффективности деятельности органа власти».

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся профессиональных компетенций (ПК-3, ПК-18).

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ПК-3	способностью планировать и организовывать работу органа публичной власти, разрабатывать организационную структуру, адекватную	основные виды, структуру и модели маркетинговых коммуникаций, позволяющих осуществлять	осуществлять стратегическое планирование комплекса целенаправленных мер по конструированию и	навыками организации осуществления комплекса целенаправленных мер по конструированию

№ п.п.	Индекс компет енции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
		стратегии, целям и задачам, внутренним и внешним условиям деятельности органа публичной власти, осуществлять распределение функций, полномочий и ответственности между исполнителями	конструирование и формирование имиджа, адекватного стратегии, целям и задачам, внутренним и внешним условиям деятельности органа публичной власти	формированию имиджа, адекватного стратегии, целям и задачам, внутренним и внешним условиям деятельности органа публичной власти	ю и формированию имиджа, адекватного стратегии, целям и задачам, внутренним и внешним условиям деятельности органа публичной власти
	ПК-18	владением методами и специализированными средствами для аналитической работы и научных исследований	методологию и инструментарий конструирования и формирования имиджа, адекватного стратегии, целям и задачам, внутренним и внешним условиям деятельности органа публичной власти	использовать междисциплинарный инструментарий для выработки мер по конструированию и формированию имиджа, адекватного стратегии, целям и задачам, внутренним и внешним условиям деятельности органа публичной власти	навыками выработки мер по конструированию и формированию имиджа, адекватного стратегии, целям и задачам, внутренним и внешним условиям деятельности органа публичной власти

2. Структура и содержание дисциплины.

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зач. ед. (108 час., из них – контактных 36,2 часа, в том числе аудиторной нагрузки: лекционных 18 ч., практических – 18 ч.; ИКР – 0,2, 71,8 часа самостоятельной работы), их распределение по видам работ представлено в таблице (для студентов ОФО).

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры (часы)			
		А	В		
Контактная работа, в том числе:					
Аудиторные занятия (всего)	36	-	36		
Занятия лекционного типа	18	-	18		
Лабораторные занятия	-	-	-		
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)	18	-	18		
	-	-	-	-	-
Иная контактная работа:					
Контроль самостоятельной работы (КСР)	-	-	-		
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2	-	0,2		
Самостоятельная работа, в том числе:					

Выполнение индивидуальных заданий		7	-	7		
Подготовка к групповым формам работы		12	-	12		
Проработка теоретического материала		53,8	-	53,8		
Контроль:						
Общая трудоемкость:	час.	108		108		
	в т.ч., контакт. работа	36,2		36,2		
	зач. ед.	3		3		

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы дисциплины, изучаемые в В семестре (для студентов ОФО)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Имидж как социокультурный феномен	14	4	2		8
2.	Имиджевые коммуникации в сфере государственного управления	16	2	2		12
3.	Имидж в системе корпоративных коммуникаций органа государственной власти	20	4	4		12
4.	Стратегия и планирование имиджевых коммуникаций	22	4	4		14
5.	Инструменты и технологии формирования имиджа органа государственной власти	20	2	4		14
6.	Формирование имиджа органа государственной власти в сети Интернет	15,8	2	2		11,8
	<i>Итого по дисциплине:</i>	107,8	18	18		71,8

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

2.3 Содержание разделов дисциплины:

2.3.1 Занятия лекционного типа.

№	Наименование раздела	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Имидж как социокультурный феномен	Понятие имиджа и его типы (зеркальный, реальный, идеальный, индивидуальный, корпоративный, множественный). Основные характеристики имиджа: синтетичность, изоморфизм упрощенность. Базовый и актуализированный имидж. Биологические, коммуникативные, социальные, мифологические,	Устный опрос

		профессиональные и контекстные характеристики имиджа. Основные задачи работы с имиджем. Проблемы индивидуализации имиджа. Субъекты-носители имиджа.	
2.	Имиджевые коммуникации в сфере государственного управления	Поливариантность носителей имиджа. Имидж организации. Специфика формирования имиджа в сфере государственного управления. Факторы, оказывающие ключевое влияние на формирование имиджа органа государственной власти. Структура имиджа органа государственной власти и основные имиджевые характеристики. Барьеры восприятия имиджа органа власти: психологический и коммуникативный аспект.	Устный опрос
3.	Имидж в системе корпоративных коммуникаций органа государственной власти	Особенность корпоративного пространства органа государственной власти как фактор корпоративных коммуникаций и формирования корпоративной культуры. Элементы корпоративной культуры органа государственной власти. Имиджевое наполнение корпоративных коммуникаций и формирование идентичности. Формирование корпоративной культуры о концепции пирамиды логических уровней Р. Гилтса.	Устный опрос
4.	Стратегия и планирование имиджевых коммуникаций	Цель как предполагаемое изменение. SMART как органайзер целеполагания. Стратегическое планирование: сущность и основные задачи. Методы стратегического планирования: плановый и эволюционный метод. Стадии стратегического планирования. Модель программирования. Виды программ. Основные этапы программирования (определение целевой аудитории, предполагаемого результата, обоснование мотивов, формулировка послания, пространственно-временная организация).	Устный опрос
5.	Инструменты и технологии формирования имиджа органа государственной власти	Понятие и основные этапы управления информацией. Формирование информационных потоков. Взаимодействие со средствами массовой информации как основа имиджевых коммуникаций органа государственной власти. Особенности взаимодействия с различными видами	Устный опрос

		СМИ (телевидение, радио, сетевые издания. Общегосударственные, региональные и местные СМИ). Сегментирование информационного потока и техники интегрирования информации. Оптимизация формы и стиля подачи имиджевых материалов. Конструирование новостей. Основные формы подачи информационных материалов (пресс-конференция, презентация, конференция, пресс-тур, пресс-релиз, виды статей, устная информация).	
6.	Формирование имиджа органа государственной власти в сети Интернет	Интернет-пространство как среда коммуникации. Многообразие форм Интернет-коммуникаций. Возможности и ограничения имиджевых интернет-коммуникаций. Проблемы правового регулирования маркетинговых коммуникаций в сети Интернет. Роль современного онлайн-пространства в имиджевых коммуникациях.	Устный опрос

2.3.2 Занятия семинарского типа.

№	Наименование раздела	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Имидж как социокультурный феномен	Понятие имиджа и его типы (зеркальный, реальный, идеальный, индивидуальный, корпоративный, множественный). Основные характеристики имиджа: синтетичность, изоморфизм упрощенность. Базовый и актуализированный имидж. Биологические, коммуникативные, социальные, мифологические, профессиональные и контекстные характеристики имиджа. Основные задачи работы с имиджем. Проблемы индивидуализации имиджа. Субъекты-носители имиджа.	Дискуссия «Имидж как социокультурный феномен»
2.	Имиджевые коммуникации в сфере государственного управления	Поливариантность носителей имиджа. Имидж организации. Специфика формирования имиджа в сфере государственного управления. Факторы, оказывающие ключевое влияние на формирование имиджа органа государственной власти. Структура имиджа органа государственной власти и основные имиджевые характеристики. Барьеры восприятия имиджа органа власти: психологический и коммуникативный аспект.	Дискуссия «Имидж – все!»

3.	Имидж в системе корпоративных коммуникаций органа государственной власти	Особенность корпоративного пространства органа государственной власти как фактор корпоративных коммуникаций и формирования корпоративной культуры. Элементы корпоративной культуры органа государственной власти. Имиджевое наполнение корпоративных коммуникаций и формирование идентичности. Формирование корпоративной культуры о концепции пирамиды логических уровней Р. Гилтса.	Работа в группах «Стейкхолдеры»
4.	Стратегия и планирование имиджевых коммуникаций	Цель как предполагаемое изменение. SMART как органайзер целеполагания. Стратегическое планирование: сущность и основные задачи. Методы стратегического планирования: плановый и эволюционный метод. Стадии стратегического планирования. Модель программирования. Виды программ. Основные этапы программирования (определение целевой аудитории, предполагаемого результата, обоснование мотивов, формулировка послания, пространственно-временная организация).	Работа в группах «Переходим к плану Б!»
5.	Инструменты и технологии формирования имиджа органа государственной власти	Понятие и основные этапы управления информацией. Формирование информационных потоков. Конструирование новостей и взаимодействие со средствами массовой информации как основа имиджевых коммуникаций органа государственной власти. Особенности взаимодействия органа государственной власти с различными видами СМИ (телевидение, радио, сетевые издания). Общегосударственные, региональные и местные СМИ). Сегментирование информационного потока и техники интегрирования информации. Оптимизация формы и стиля подачи имиджевых материалов. Основные формы подачи информационных материалов (пресс-конференция, презентация, конференция, пресс-тур, пресс-релиз, виды статей, устная информация).	Работа в группах «Передовица»
6.	Формирование имиджа органа государственной власти в сети	Интернет-пространство как среда коммуникации. Многообразие форм Интернет-коммуникаций. Возможности и ограничения имиджевых интернет-	WEB-круиз

	Интернет	коммуникаций. Проблемы правового регулирования маркетинговых коммуникаций в сети Интернет. Роль современного онлайн-пространства в имиджевых коммуникациях.	
--	----------	---	--

2.3.3 Лабораторные занятия.

Лабораторные занятия - не предусмотрены

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые работы - не предусмотрены

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1.	Имидж как социокультурный феномен (дискуссия, проработка теоретического материала)	Методические указания по организации самостоятельной работы студентов при изучении дисциплины (модуля): «Имидж органа государственной власти» (протокол № 10 от 10.04.18)
2.	Имиджевые коммуникации в сфере государственного управления (дискуссия, проработка теоретического материала)	Методические указания по организации самостоятельной работы студентов при изучении дисциплины (модуля): «Имидж органа государственной власти» (протокол № 10 от 10.04.18)
3.	Имидж в системе корпоративных коммуникаций органа государственной власти (работа в группах, проработка теоретического материала)	Методические указания по организации самостоятельной работы студентов при изучении дисциплины (модуля): «Имидж органа государственной власти» (протокол № 10 от 10.04.18)
4.	Стратегия и планирование имиджевых коммуникаций (работа в группах, проработка теоретического материала)	Методические указания по организации самостоятельной работы студентов при изучении дисциплины (модуля): «Имидж органа государственной власти» (протокол № 10 от 10.04.18)
5.	Инструменты и технологии формирования имиджа	Методические указания по организации самостоятельной работы студентов при изучении дисциплины (модуля): «Имидж органа государственной власти» (протокол № 10 от 10.04.18)

	органа государственной власти (работа в группах, проработка теоретического материала)	10.04.18)
6.	Формирование имиджа органа государственной власти в сети Интернет (Web-круз, проработка теоретического материала)	Методические указания по организации самостоятельной работы студентов при изучении дисциплины (модуля): «Имидж органа государственной власти» (протокол № 10 от 10.04.18)

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,

3. Образовательные технологии.

В рамках дисциплины «Имидж органа государственной власти» в учебном процессе используются активные и интерактивные (взаимодействующие) формы проведения занятий, а именно:

- лекции-дискуссии,
- лекции с использованием мультимедийного оборудования,
- работа в малых группах,
- WEB-круз,

Кроме того, каждый магистрант должен индивидуально готовиться по темам дисциплины, читая рекомендуемую литературу, консультируясь с преподавателем. В зависимости от размеров фонда самостоятельной работы студентов в целях индивидуальной подготовки магистрантов не менее 3 часов для каждой темы выделяется на проработку теоретического материала.

Вышеозначенные образовательные технологии дают наиболее эффективные результаты освоения дисциплины с позиций актуализации содержания темы занятия, выработки продуктивного мышления, терминологической грамотности и компетентности обучаемого в аспекте социально-направленной позиции будущего магистра, и мотивации к инициативному и творческому освоению учебного материала.

В сочетании с внеаудиторной работой они создают дополнительные условия формирования и развития требуемых компетенций обучающихся, поскольку позволяют обеспечить активное взаимодействие всех участвующих в процессе обучения, включая преподавателя. Эти методы в наибольшей степени способствуют личностно ориентированному подходу (обучение в сотрудничестве). При этом преподаватель

выступает в роли организатора процесса обучения, лидера группы, создателя условий для проявления инициативы обучающихся.

Занятия, проводимые с использованием интерактивных технологий

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов	
		Всего	Интер.часы
1	2	3	4
1.	Имидж как социокультурный феномен	6	2
2.	Имиджевые коммуникации в сфере государственного управления	4	2
3.	Имидж в системе корпоративных коммуникаций органа государственной власти	8	2
4.	Стратегия и планирование имиджевых коммуникаций	8	2
5.	Инструменты и технологии формирования имиджа органа государственной власти	6	2
6.	Формирование имиджа органа государственной власти в сети Интернет	4	2
	<i>Итого по дисциплине:</i>	36	12

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля.

Дискуссия «Имидж – все!»

Вопросы для дискуссии:

1. Содержательная структура имиджа органа государственной власти.
 - a. Какие содержательные компоненты входят в имидж органа государственной власти?
 - b. Сравните структуру имиджа органа государственной власти со структурой имиджа политика, приведите примеры.
 - c. Сравните структуру имиджа органа государственной власти со структурой имиджа государства, опирайтесь на примеры.
 - d. Сравните структуру имиджа органа государственной власти со структурой имиджа крупной коммерческой организации, опирайтесь на примеры.
2. Какова функция имиджа органа государственной власти?
 - a. Достижению каких задач подчинено формирование имиджа органа государственной власти? (приведите примеры)
 - b. Как может повлиять формирование успешного имиджа на деятельность органа государственной власти (приведите примеры)?
 - c. Может ли имидж органа государственной власти не соответствовать (быть противоположным) характеру функционирования самого органа власти (приведите примеры)?
 - d. Приведите примеры ситуаций, когда усилия по формированию благоприятного имиджа органа государственной власти оказываются неэффективными. Проанализируйте причины этой проблемы.
3. Какие средства используются для формирования имиджа органа государственной власти?
 - a. Укажите и охарактеризуйте основные средства, используемые для формирования имиджа органа государственной власти.

- b. Какую роль в формировании имиджа современного органа государственной власти играет сеть интернет и социальные сети? Аргументируйте свой ответ примерами.
 - c. Существуют ли неформальные источники имиджевой информации? Проиллюстрируйте свой ответ примерами.
 - d. Что может стать препятствием на пути формирования благоприятного имиджа органа государственной власти?
4. Дайте развернутую характеристику имиджа органа государственной власти на конкретном примере (по вашему выбору):
 - a. Выделите и охарактеризуйте основные содержательные компоненты имиджа
 - b. Какие средства использовались (используются) для его формирования и поддержания?
 - c. Насколько эффективным стало формирование имиджа (отношение его благоприятности к потраченным усилиям)?
 - d. Какие препятствия пришлось преодолеть в процессе формирования имиджа органа власти? Они были содержательными или техническими? Приведите примеры?
 - e. Можно ли определить слабые места в имиджевой концепции, если да, то какие?

Перечень компетенций (части компетенции), проверяемых оценочным средством

ПК-3: способностью планировать и организовывать работу органа публичной власти, разрабатывать организационную структуру, адекватную стратегии, целям и задачам, внутренним и внешним условиям деятельности органа публичной власти, осуществлять распределение функций, полномочий и ответственности между исполнителями (базовый уровень).

ПК-18: Владением методами и специализированными средствами для аналитической работы и научных исследований (базовый уровень).

Критерии оценки

- «зачтено» - студент активно участвует в работе/обсуждении, его ответы дают представление о готовности к семинару;
- «не зачтено» - студент участвует в работе/обсуждении пассивно, либо не участвует, либо его ответы являются суждениями общего характера.

Задание для групповой работы «Стейкхолдеры»

Накануне занятия студенты получают задание разбиться на малые группы. Далее они анализируют систему корпоративных коммуникаций выбранного ими органа государственной власти и определяют основные заинтересованные (целевые) группы для формирования групповой идентичности.

Задание:

1. Проанализируйте ситуацию и определите максимальное количество заинтересованных групп, обоснуйте свой ответ.
2. Осуществите ранжирование заинтересованных групп исходя из их значимости для целей коммуникации и действенности в решении проблемы.
3. Заполните таблицу и выступите с развернутым докладом.

№	группа	значимость	действен.
1.			
2.			
3.			

4.			
----	--	--	--

Перечень компетенций (части компетенции), проверяемых оценочным средством

ПК-3: способностью планировать и организовывать работу органа публичной власти, разрабатывать организационную структуру, адекватную стратегии, целям и задачам, внутренним и внешним условиям деятельности органа публичной власти, осуществлять распределение функций, полномочий и ответственности между исполнителями (продвинутый уровень).

ПК-18: Владением методами и специализированными средствами для аналитической работы и научных исследований (продвинутый уровень).

Критерии оценки

- «зачтено» - студент активно участвует в работе/обсуждении, его ответы дают представление о готовности к семинару;
- «не зачтено» - студент участвует в работе/обсуждении пассивно, либо не участвует, либо его ответы являются суждениями общего характера.

Задание для групповой работы «Переходим к плану Б!»

Студенты разбиваются на малые группы. На основе данных анализа им поручается осуществить планирование предстоящего имиджевого мероприятия, проводимого с участием органа государственной власти. Мероприятие студенты выбирают самостоятельно, основные критерии – удаленность по времени, необходимость планирования множества действий, потребность в привлечении ресурсов из разных источников, необходимость распределения ролей между участниками в процессе подготовки.

Предоставляется отчет в виде развернутого доклада:

- 1.Характеристика предстоящего мероприятия, анализ его целей.
- 2.Отражение поэтапного планирования ключевых действий (для разных групп дифференцируются методы планирования).
- 3.Характеристика потребности в ресурсах и способы их привлечения.
- 4.Смета

Перечень компетенций (части компетенции), проверяемых оценочным средством

ПК-3: способностью планировать и организовывать работу органа публичной власти, разрабатывать организационную структуру, адекватную стратегии, целям и задачам, внутренним и внешним условиям деятельности органа публичной власти, осуществлять распределение функций, полномочий и ответственности между исполнителями (продвинутый уровень).

ПК-18: Владением методами и специализированными средствами для аналитической работы и научных исследований (продвинутый уровень).

Критерии оценки

- «зачтено» - студент активно участвует в работе/обсуждении, его ответы дают представление о готовности к семинару;
- «не зачтено» - студент участвует в работе/обсуждении пассивно, либо не участвует, либо его ответы являются суждениями общего характера, либо нельзя оценить его вклад в подготовку группового выступления

Индивидуальное творческое задание «WEB-круз»

1. Проанализируйте предложенные интернет-сайты по заданным критериям.

2. Занесите результаты в таблицу.
3. Обсудите результаты вашей работы в формате дискуссии.
4. Дополните список 2-3 сайтами, которые, на ваш взгляд, показывают наивысшие результаты.

	Содержание	Дизайн	Удобство навигации	Интерактивность
admkrain.krasnodar.ru				
www.krasnodar.ru				
www.mos.ru				
pravitelstvo.ru				
свой сайт				
свой сайт				
свой сайт				

Перечень компетенций (части компетенции), проверяемых оценочным средством

ПК-3: способностью планировать и организовывать работу органа публичной власти, разрабатывать организационную структуру, адекватную стратегии, целям и задачам, внутренним и внешним условиям деятельности органа публичной власти, осуществлять распределение функций, полномочий и ответственности между исполнителями (продвинутый уровень).

ПК-18: Владением методами и специализированными средствами для аналитической работы и научных исследований (продвинутый уровень).

Критерии оценки

- «зачтено» - студент выполнил задание, активно участвует в работе/обсуждении, его ответы дают представление о готовности к семинару;
- «не зачтено» - студент участвует в работе/обсуждении пассивно, либо не участвует, либо его ответы являются суждениями общего характера, либо не выполнил задание.

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации.

Для оценки итогов освоения дисциплины используется традиционная система оценивания

Вопросы для подготовки к зачету по дисциплине «Имидж органа государственной власти»

1. Основные подходы к пониманию имиджа.
2. Структура и носители имиджа.
3. Коммуникативные характеристики и барьеры восприятия имиджа.
4. Орган государственной власти как носитель имиджа.
5. Структура имиджа органа государственной власти.
6. Цели и социальные эффекты формирования имиджа органа государственной власти.
7. Набор имиджевых характеристик органа государственной власти.
8. Корпоративное пространство органа государственной власти.
9. Специфика корпоративных коммуникаций органа государственной власти.
10. Имидж органа государственной власти и формирование идентичности государственных служащих.
11. Основные принципы стратегического планирования имиджевых коммуникаций органа государственной власти.

12. Методы стратегического планирования имиджевых коммуникаций.
13. Основные этапы программирования имиджевых коммуникаций.
14. Основные виды программ: общее и особенное.
15. Маркетинговые технологии формирования имиджа.
16. Взаимодействие со СМИ в имиджевых коммуникациях органа государственной власти.
17. Пресса, радио, телевидение, сетевые источники информации: общее и особенное.
18. Основные виды информационных материалов для СМИ в имиджевых коммуникациях органа государственной власти.
19. Онлайн-пространство как среда формирования имиджа органа государственной власти.
20. Особенности интернет-коммуникаций.

Перечень компетенций (части компетенции), проверяемых оценочным средством

ПК-3: способностью планировать и организовывать работу органа публичной власти, разрабатывать организационную структуру, адекватную стратегии, целям и задачам, внутренним и внешним условиям деятельности органа публичной власти, осуществлять распределение функций, полномочий и ответственности между исполнителями (продвинутый уровень).

ПК-18: владением методами и специализированными средствами для аналитической работы и научных исследований (продвинутый уровень).

Критерии оценки

- **«зачтено»** - студент дает ответ на два заданных вопроса. При этом допускаются неточности, отсутствие отдельных элементов ответа на вопросы. Владение категориальным аппаратом должно носить заверченный характер. Должны быть даны ответы на большинство уточняющих вопросов, если таковые будут заданы.

- **«не зачтено»** - студент не готов, не отвечает хотя бы на один из двух заданных ему вопросов. Либо на вопросы отвечает неправильно, либо в ответах содержится большое количество ошибок, либо не дает или дает неправильные ответы на уточняющие вопросы.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,

– в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).

5.1 Основная литература:

1. Борщевский, Г. А. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Г. А. Борщевский. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 267 с. - (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-04736-3. - Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/4DBBE6C8-A970-4A8C-8870-77F837F88DC1

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах «Лань» и «Юрайт».

5.2 Дополнительная литература:

1. Вылегжанин, Д.А. Введение в политическую имиджологию [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : ФЛИНТА, 2014. — 136 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/51790>

2. Лысикова, О.В. Имиджология и паблик рилейшенз в социокультурной сфере [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : ФЛИНТА, 2014. — 168 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/51795>. — Загл. с экрана.

3. Государственная служба в странах основных правовых систем мира / под ред. А.А. Демина. - Москва : Издательство Книгодел, 2010. - Т. 1. - 360 с. - ISBN 978-5-9659-0055-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=63529>

4. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшенз, брендинг: Учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2016. — 324 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93300>

5.3. Периодические издания:

1. Человек. Сообщество. Управление. URL: <http://chsu.kubsu.ru>

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).

1. Электронная база АПИ «Гарант» <http://base.garant.ru>

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).

Студент может в достаточном объеме усвоить и успешно реализовать конкретные знания, умения, навыки и компетенции в своей практической деятельности при выполнении следующих условий:

1. Систематическая работа на учебных занятиях под руководством преподавателя и самостоятельная работа по закреплению полученных знаний и навыков.

2. Выяснение и уточнение отдельных предпосылок, умозаключений и выводов, содержащихся в учебном курсе; взаимосвязей отдельных его разделов, используемых методов, характера их использования в практической деятельности.

3. Сопоставление точек зрения различных авторов по затрагиваемым в учебном курсе проблемам.

Контроль самостоятельной работы. Описание заданий для самостоятельной работы студентов и требований по их выполнению выдаются преподавателем в соответствии с разработанным фондом оценочных средств по дисциплине.

Самостоятельная работа студентов по данному учебному курсу предполагает поэтапную подготовку по каждому разделу в рамках соответствующих заданий.

Первый этап самостоятельной работы студентов включает в себя тщательное изучение теоретического материала на основе лекционных материалов преподавателя, рекомендуемых разделов основной и дополнительной литературы, материалов периодических научных изданий, необходимых для овладения понятийно-категориальным аппаратом и формирования представлений о комплексе аналитического инструментария, используемого как в рамках данной отрасли знания, так и публичной практике. В соответствии с выделенным на самостоятельную работу количеством часов, на каждую тему планируется не менее 3 часов на проработку теоретического материала.

На втором этапе на основе сформированных знаний и представлений по данному разделу студенты выполняют практические задания, нацеленные на формирование умений и навыков в рамках заявленной компетенции. На данном этапе **самостоятельная работа студентов** представляет собой поиск эмпирических материалов в рамках конкретного задания, обобщение и анализ собранного материала по схеме, рекомендованной преподавателем, формулирование выводов, подготовку практических рекомендаций, презентационных материалов для публичного их представления и обсуждения. В качестве практических заданий в рамках самостоятельной работы студентам предлагается как подготовка индивидуальных творческих заданий, которые становятся итогом самостоятельного освоения материала в рамках разделов дисциплины, так и подготовка к групповым дискуссиям и деловым играм на семинарах. Индивидуальные творческие задания включают выполнение презентаций.

Организация самостоятельной работы студентов по данному учебному курсу в конечном итоге предполагает поэтапную подготовку по каждому разделу в рамках следующих заданий:

1. Дискуссия «Имидж как социокультурный феномен»
2. Дискуссия «Имидж – все!»
3. Работа в группах «Стейкхолдеры»
4. Работа в группах «Переходим к плану Б!»
5. Работа в группах «Передовица»
6. WEB-квиз

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю).

8.1 Перечень информационных технологий.

Использование мультимедийных презентаций преподавателем в лекционном формате и при подготовке заданий для практических занятий студентами, общение с преподавателем по электронной почте.

8.2 Перечень необходимого программного обеспечения.

Для подготовки и демонстрации презентационных материалов используется пакет программ Microsoft Office выходом в Интернет.

8.3 Перечень информационных справочных систем:

1. Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU (<http://www.elibrary.ru/>)

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Лекционные занятия	Лекционная аудитория, оснащенная презентационной техникой и соответствующим программным обеспечением
2.	Семинарские занятия	Специальное помещение, оснащенное презентационной техникой и соответствующим программным обеспечением
3.	Групповые (индивидуальные) консультации	Кабинет, оснащенный мебелью и рабочими станциями с доступом в Интернет
4.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Аудитория, оснащенная презентационной техникой и соответствующим программным обеспечением
5.	Самостоятельная работа	Кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.