

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.15 СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ОРГАНАХ ВЛАСТИ

наименование дисциплин (модуля)/практики

Автор: старший преподаватель кафедры государственного управления и менеджмента Смолина Е.Г.

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.03.04 Государственное и муниципальное управление (уровень бакалавриат), профиль: «Антикризисное государственное и муниципальное управление»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, заочная

Цель освоения дисциплины:

Дисциплина Б1.В.15 СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ОРГАНАХ ВЛАСТИ обеспечивает овладение технологиями, приемами, обеспечивающими оказание государственных и муниципальных услуг физическим и юридическим лицам

План курса:

Тема 1. Информационное общество: характеристики и модели.

Информационное общество как новый тип социальной организации. 60-х годы прошлого века введение в научный оборот термина «информационное общество» Ф. Махлупом и Т. Умсао. Критерии и признаки информационного общества. Определение сущности информационного общества. Д.Белл, Э. Тоффлер, М. Кастельс.

Понятия «информация» и «знание». Знание основные теоретические трактовки понятия и капитал знания. Определяющая роль информационно-коммуникационных технологий (ИКТ). Современные ИКТ как фактор обновления системы коммуникативных взаимодействий, повышения эффективности управления.

Социальная реальность как конструкт коммуникации. А. Шютц, П. Бергер, Т.Лукман. Сущностные характеристики социальной реальности: физические, социальные, ментальные компоненты. Социальные сети. Субъект, актор, агент. Социальная реальность как среда формирования и условие деятельности актора. Множественность и иерархичность социальной реальности. Повседневность как первичная реальность. Проблема соответствия имиджей, репутации, бренда, сообщений повседневным практикам.

Информационное общество и проблема виртуализации и символизации социального пространства. Смысл как механизм создания общностей. Понятие смысла и содержательные его характеристики.

Тема 2. Информационная политика в РФ: содержание и основные направления реализации.

Коммуникативные основания власти. Основные подходы. Содержание. Х.Аренд, Ю.Хабермас, Н.Луман, М.Фуко.

Государственная власть - субъект и объект информационной политики. Государственная информационная политика: содержание и основные концептуальные подходы. Цели, стратегия и функции государственной информационной политики. Стратегическое направление государственной информационной политики - формирование и развитие открытого информационного пространства государства, обеспечения его интеграция в мировое информационное пространство с учетом национальных интересов и особенностей. Основные функции государственной информационной политики: обеспечение прозрачности органов власти и управления, создание и поддержание эффективных коммуникаций в системе отношений «власть - общество»; формирование страновой идентичности, информационное обеспечение деятельности системы органов государственной власти и местного самоуправления. Содержание национальной информационной политики. Формирование единой системы символов и идей как инструментов формирования идентичностей. Развитие государственной информационно-коммуникационной

инфраструктуры и внедрение современных технологий информационного обеспечения. Основные проблемы информационного обеспечения системы государственного управления.

СМИ как объект и субъект государственной информационной политики. Взаимодействие власти и СМИ.

Тема 3. Методологические и организационные аспекты информационной политики региональных институтов власти

Методология разработки стратегии информационной политики региона. Стратегия развития региона: цель, миссия, задачи, принципы.

Качество и уровень жизни населения. Основные показатели.

Структура публичной деятельности, ее организационная оформленность в регионах. Организационное оформление: разграничение стратегических и тактических коммуникаций: информационно-аналитический отдел и пресс-служба. Структура и функции отделов. Сотрудники информационно-аналитических отделов: проблема профессионализма и организации взаимодействия в системе функционально-ролевой и массовой коммуникации.

Организации взаимоотношений со СМИ: финансово-экономические, нормативно-правовые, кадровые, административные аспекты.

Тема 4. Органы МСУ и общество – проблема эффективного взаимодействия

Информационная политика местных органов власти и управления, информационное взаимодействие с населением и структурами гражданского общества. Гражданское общество. Общественные организации и органы МСУ: каналы и формы взаимодействия. Процессы самоорганизации и управления: соотношение понятий. Интересы и потребности локальных общностей.

Тема 5. Электронное правительство: мировой опыт и реализация на федеральном и региональном уровнях.

Интернет, интернет-пространство. Развитие Интернет в России. Электронное правительство. Новые модели взаимодействия власти и общества. Типы взаимоотношений: между органами власти и гражданами (G2C), между органами власти и частными компаниями (G2B), между органами власти в системе государственного и муниципального управления (G2G), между гражданами и частными компаниями (C2B) и между частными компаниями (B2B). Сравнительный анализ внедрения электронного правительства в странах.

Инфраструктурные компоненты электронного правительства: электронный документооборот, электронно-цифровая подпись, социальная карта, МФЦ, пункт общественного (коллективного) доступа в Интернет, инфомат.

Интернет-порталы институтов власти и управления. Дизайн, навигация, интерактивность, наличие опции перевода на различные языки, наличие гиперссылок. Доступность для лиц с ограниченными возможностями. Государственные услуги. Уровень открытости, прозрачности институтов власти и управления.

Второй инструмент организации взаимодействия в сети Интернет является блог. Блог, блогер, блогосфера. Функции блога. Типология блогов. По авторскому составу: авторский, частный, псевдонимный или «призрачный», блог-подделка, коллективный или социальный, корпоративный, рекламный блог или пиар-блог. Тематическая направленность блога. Контент блога: контентный, мониторинговый (ссылочный), цитатный блог, тамблелог, тамбллог, тлог, сплог. По наличию/виду мультимедиа выделяют текстовый, фотоблог, артблог, музыкальный, подкаст и блогкастинг, видеоблог. Визуальные качества (оформление). Интерфейс. Навигация. Язык блога. Контакты. Сообщества (группы в которых состоят блогеры), отзывы (комментарии) посетителями.

Блоги государственных и муниципальных служащих. Блоги чиновников Волгоградской области.

Твиттер (Twitter) – микроблог. Понятие, развитие.

Тема 6. Управление медиаструктурой: организационно-правовые аспекты. Основы редакционно-издательского маркетинга

Редакция: трудовой, производственно-творческий коллектив. Творческие, технические и коммерческие сотрудники. Редакция и сотрудники – проблема управления. Приток информации в редакцию, источники информации. Электронный банк данных - информационно-справочная система. Сайт.

Модели издания и работы редакции, редакционный план. Оперативные планы – недельный и план очередного номера.

Редакционный менеджер: функции, основные направления деятельности, экономическая эффективность организации работы редакции. Редакционно - издательский маркетинг как особый вид редакционной деятельности. Задачи маркетинга: изучение рынка периодических изданий, исследование целевой аудитории издания, определение его соответствия требованиям рынка. Сегментация рынка, позиционирование издания, определение его информационной ниши. Вертикальная и горизонтальная ниши. Потенциальная и реальная аудитории издания.

Методы исследования. Планирование. Прогнозирование. Структура отдела маркетинга, функции, персонал: качественные и количественные характеристики.

Изучение конкурентных изданий, их достоинств и недостатков. Экономические основы труда журналиста. Бизнес-план в системе редакционного управления. Цель финансовой политики редакции или компании: создание, укрепление и развитие финансовой базы издания. Бюджет, структура бюджета. Ценовая политика редакции. Тираж: подписка и розница

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Текущий контроль осуществляется в форме устного опроса, решения тестовых заданий, проверки рефератов, проверки контрольных работ, решения практических задач.

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена методом устного опроса по перечню примерных вопросов.

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-24	Владение технологиями, приемами, обеспечивающими оказание государственных и муниципальных услуг физическим и юридическим лицам	ПК-24.1.2.2	Способность сформировать комплексное представление о целях, формах и конкретных технологиях планирования и реализации коммуникационного взаимодействия органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами, общественными институтами, бизнесом.

Основная литература

1. Гражданское общество – общество граждан: [монография] / [М.В. Морев, Т.А. Гужавина, Е.О. Смолева и др.; под науч. рук. В.А. Ильина]; Федеральное агентство научных организаций [и др.]. Вологда: ВолНЦ РАН, 2018. 205 с.
2. Королева Е.Н. Работа с населением в органах местного самоуправления: учебно-методическое пособие по программе курсов повышения квалификации / Е.Н. Королева, М.В. Курникова; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Самарский государственный экономический университет». Самара: Самарский гос. экон. ун-т, 2018. 66 с.
3. Франц, В. А. Управление общественным мнением: учебное пособие для вузов / В. А. Франц. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 133 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08047-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493657>