

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«АКАДЕМИЯ ЛИДЕРСТВА И АДМИНИСТРИРОВАНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ  
ФНС РОССИИ – ВОЛГА»

Утверждаю



ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
«Репутационный менеджмент органов государственной власти в условиях развития  
информационного общества»

повышения квалификации государственных гражданских служащих

(объем 18 часов)

Рассмотрена  
на заседании кафедры СПД

Протокол № 1 от 26.01.2024

Нижний Новгород – 2024

## Оглавление

<b>ВВЕДЕНИЕ</b> .....	3
<b>ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ</b> .....	3
<b>УЧЕБНЫЙ ПЛАН</b> .....	5
<b>КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК</b> .....	5
<b>РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ</b> .....	6
Репутационный менеджмент органов государственной власти в условиях развития информационного общества .....	6
Введение .....	6
Цели, задачи и место учебной дисциплины в процессе повышения квалификации .....	6
Планируемые результаты обучения .....	7
Реферативное описание тем .....	8
Практические задания (примеры) .....	9
Методические рекомендации .....	10
Список литературы.....	10
<b>ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ</b> .....	11
<b>ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ</b> .....	12
<b>ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ</b> .....	12
Перечень вопросов, выносимых на экзамен.....	12
Примеры тестовых вопросов .....	12

## ВВЕДЕНИЕ

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Репутационный менеджмент органов государственной власти в условиях развития информационного общества» реализуется в соответствии со следующими нормативно-правовыми актами:

- Федеральным законом от 29.12.2012 № 273-ФЗ (с изм. и доп.) «Об образовании в Российской Федерации»;
- Федеральным законом от 27.07.2004 № 79-ФЗ (с изм. и доп.) «О государственной гражданской службе Российской Федерации»;
- Постановление Правительства РФ от 11.10.2023 № 1678 «Об утверждении Правил применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ»;
- Приказом Минобрнауки России от 01.07.2013 № 499 (с изм. и доп.) «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам».

Выбор тем программы и его основного содержания произведен с учетом обеспечения преемственности к государственному образовательному стандартам высшего профессионального образования направлений подготовки «Государственное и муниципальное управление», утв. Приказом Минобрнауки России от 13.08.2020 № 1016, Приказом Минобрнауки России от 13.08.2020 № 1000, «Менеджмент», утв. Приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 № 970, Приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 № 952.

Программа предназначена освоения широкого спектра управленческих знаний и умений, а также формирование компетенций, необходимых для должностного роста.

В связи с этим *цель программы повышения квалификации* состоит в обновлении знаний государственных гражданских служащих и совершенствование необходимых для выполнения на высоком профессиональном уровне служебных обязанностей, а также укрепление интереса к выбранной профессии.

В рамках заявленной программы должны быть решены следующие задачи:

1. владение навыками разработки информационного сопровождения деятельности органов государственной власти;
2. анализ форм и способов осуществления процесса управления репутацией;
3. сформировать у слушателей навыки самостоятельного выбора эффективной стратегии управления корпоративной репутацией.

## ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

Государственные гражданские служащие, прошедшие обучение по данной программе, должны обладать следующими **компетенциями**:

### *Универсальные*

- **Системное и критическое мышление.** Поиск, критический анализ и синтез информации, применение системного подхода для решения поставленных задач.
- **Разработка и реализация проектов.** Определение круга задач в рамках поставленной цели и выбор оптимальных способов их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.
- **Коммуникация.** Деловая коммуникация в устной и письменной формах.
- **Гражданская позиция.** Формирование нетерпимого отношения к коррупционному поведению.

### *Общепрофессиональные*

- Решение профессиональных задач на основе знаний экономической, организационной и управленческой теории.

- Применение комплексного подхода к сбору данных, продвинутых методов их обработки и анализа при решении управленческих задач.
- Организация разработки и реализации управленческих решений.

### *Профессиональные*

- Применение стратегий и технологий формирования и управления репутацией.
- Поддержание доверия к органам государственной власти как основы устойчивого развития государства.
- Использование современных возможностей Интернет-ресурса и социальных сетей в репутационном менеджменте.
- Эффективное взаимодействие со средствами массовой информации и коммуникации.

В результате освоения данной дисциплины государственный гражданский служащий должен

#### **знать:**

- основные понятия, историю, международную практику и особенности использования репутационного менеджмента в РФ;
- вопросы регулирования деятельности в сфере связей с общественностью: правовое обеспечение связей с общественностью; кодексы профессионального поведения специалиста; неформальные способы регулирования в области связей с общественностью;
- сущность нового вида социального управления – управление репутацией, его задачи и функции;
- основные подходы, методы и технологии репутационного менеджмента;
- что такое имидж органов государственной власти и персональный имидж государственных служащих;
- составляющие имиджа и технологии формирования имиджа;
- стереотип и массовое сознание как основа формирования имиджа;
- вербальный имидж как основа эффективной коммуникации государственных гражданских служащих;
- приемы построения убеждающей речи;
- стратегию формирования и управление репутацией;
- технологию формирования репутации и методы поддержания доверия к органам государственной власти как основы устойчивого развития государства.

#### **уметь:**

- анализировать формы и способы осуществления процесса управления репутацией;
- ориентироваться в многообразии технологий репутационного менеджмента и их возможностях;
- выбирать оптимальные коммуникационные инструменты для решения поставленных задач по управлению репутацией;
- планировать рабочие репутационные и имиджевые кампании и мероприятия;
- работать с информационными и имиджевыми документами;
- проводить исследования в области связей с общественностью;
- разрабатывать коммуникационные и информационные кампании в СМИ, медиа-программы;
- применять на практике профессиональные стандарты во взаимоотношениях со СМИ;
- оценивать условия коммуникации;
- выстраивать коммуникационное поле и потоки компании;
- самостоятельно выбирать эффективную стратегию управления корпоративной репутацией

#### **владеть навыками:**

- основным понятийным аппаратом в области современных коммуникационных технологий;
- ключевыми инструментами репутационного менеджмента;
- навыками разработки информационного сопровождения деятельности органов государственной власти.

В результате освоения данной программы государственные гражданские служащие приобретут практические профессиональные навыки и компетенции, опыт самостоятельной профессиональной деятельности в области управления проектами.

## УЧЕБНЫЙ ПЛАН

дополнительной профессиональной программы  
**«Репутационный менеджмент органов государственной власти в условиях развития  
информационного общества»**  
по повышению квалификации государственных гражданских служащих

**Цель:** *Освоение спектра управленческих знаний и умений, а также формирование компетенций, необходимых для должностного роста, по вопросам репутационного менеджмента*

**Категория, группа должностей:** *главная, ведущая группа должностей, категории: руководители*

**Продолжительность обучения:** *18 часов*

**Форма обучения:** *заочная с использованием дистанционных образовательных технологий и электронного обучения*

**Режим занятий:** *2-8 часов в день*

№ п/п	Наименование разделов и дисциплин	Количество часов			Формы аттестации и контроля знаний
		Всего	по видам занятий		
			лекции	практические занятия	
1	Репутационный менеджмент органов государственной власти в условиях развития информационного общества	17	2	15	зачет
	<b>Итоговая аттестация</b>	1		1	экзамен в форме тестирования
	<b>ИТОГО</b>	<b>18</b>	<b>2</b>	<b>16</b>	

## КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

Срок обучения по программе повышения квалификации, недели	1				
Срок обучения по программе повышения квалификации, дни	1	2	3	4	5
Виды занятий, предусмотренные программой повышения квалификации	А	А	К	А	АИ

А – аудиторная и самостоятельная работа,

К – каникулы,

И – итоговая аттестация

# РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

## Репутационный менеджмент органов государственной власти в условиях развития информационного общества

(наименование учебной дисциплины/раздела)

### Введение

Дисциплина «Репутационный менеджмент органов государственной власти в условиях развития информационного общества» представляет собой комплекс тем, в которых рассматриваются вопросы истории развития, этапы и тенденции области управления персоналом, механизмы ее функционирования и инструменты управления.

Программа направлена на качественное изучение указанной дисциплины, в которой раскрывается история развития теоретической науки «управление персоналом», ее этапы и эволюция, ее практическая реализация и применение в организации. Изучение дисциплины «Репутационный менеджмент органов государственной власти в условиях развития информационного общества» даст возможность правильно формулировать цели и ставить задачи, получать максимум результатов, формировать высокоэффективную команду, выстраивать плодотворные отношения внутри коллектива, а также составляющие данной системы и методы, и инструменты управления ими, подчеркиваются характерные черты и особенности управления персоналом в органах государственной власти.

Рассматриваются наиболее эффективные на сегодняшний день технологии управления кадрами, получить знания, умения и компетенции, необходимые для определения кадровой политики организации, разработки технологии эффективного управления.

Данная программа рассчитана на руководителей, специалистов, и дает возможность получить знания, умения и компетенции, необходимые для определения кадровой политики организации, разработки технологий эффективного управления, навыков, необходимых руководителю в применении методов управления репутацией и имиджем в соответствии с миссией и стратегией организации.

### Цели, задачи и место учебной дисциплины в процессе повышения квалификации

В связи с повышением требований к уровню квалификации государственных гражданских служащих и необходимостью освоения современных методов решения профессиональных задач дисциплина «Репутационный менеджмент органов государственной власти в условиях развития информационного общества» является весьма актуальной и занимает важное место в процессе обновления и закрепления профессиональных знаний в сфере прохождения государственной гражданской службы Российской Федерации, приобретения навыков применения нормативных правовых актов, повышения уровня профессиональной компетенции.

**Целью** изучения дисциплины «Репутационный менеджмент органов государственной власти в условиях развития информационного общества» является формирование профессиональных компетенций у обучающихся посредством освоения знаний, умений и навыков в области репутационного менеджмента как универсальной деятельности по изучению и проектированию репутационной политики, а также технологий создания и управления корпоративными репутациями, как концепция управления изменения посредством коммуникационных моделей, инструментов, технологий.

В рамках заявленной цели должны быть решены следующие **задачи**:

Задачами дисциплины являются:

1. Ознакомить обучающихся с основными методами и технологиями формирования корпоративной репутации, индивидуальной узнаваемости и имиджа;
2. Дать представление об основных механизмах формирования и управления репутациями в кризисных ситуациях; инструментарий антикризисного поведения
3. Сформировать способность определять основные проблемы в коммуникационном взаимодействии по вопросам создания и реализации корпоративного имиджа, а также выявлять

проблемные ситуации в организации репутационной политики предприятия, прогнозировать кризисные ситуации и разрабатывать планы антикризисных мероприятий

В современных условиях стратегического управления организацией важным фактором в достижении победы в конкурентной борьбе становятся изменения подходов в управлении персоналом. Сейчас концепция стратегического управления организациями сместилась в сторону опережающего создания и применения уникальных ресурсов и способностей кадрового состава. В связи с этим, дисциплина «Репутационный менеджмент органов государственной власти в условиях развития информационного общества» занимает важное *место* в процессе обновления и закрепления профессиональных знаний.

В результате освоения данной дисциплины государственные гражданские служащие получают знания и практическую направленность для навыков ставить цели и задачи, получать максимум результатов, формировать высокоэффективную команду, выстраивать плодотворные отношения внутри коллектива.

### Планируемые результаты обучения

В результате освоения данной дисциплины государственный гражданский служащий должен

*знать:*

- основные понятия, историю, международную практику и особенности использования репутационного менеджмента в РФ;
- вопросы регулирования деятельности в сфере связей с общественностью: правовое обеспечение связей с общественностью; кодексы профессионального поведения специалиста; неформальные способы регулирования в области связей с общественностью;
- сущность нового вида социального управления — управление репутацией, его задачи и функции;
- основные подходы, методы и технологии репутационного менеджмента;
- что такое имидж органов государственной власти и персональный имидж государственных служащих:
  - составляющие имиджа и технологии формирования имиджа;
  - стереотип и массовое сознание как основа формирования имиджа;
  - вербальный имидж как основа эффективной коммуникации государственных гражданских служащих;
  - приемы построения убеждающей речи;
  - стратегию формирования и управление репутацией;
  - технологию формирования репутации и методы поддержания доверия к органам государственной власти как основы устойчивого развития государства.

*уметь:*

- анализировать формы и способы осуществления процесса управления репутацией;
- ориентироваться в многообразии технологий репутационного менеджмента и их возможностях;
- выбирать оптимальные коммуникационные инструменты для решения поставленных задач по управлению репутацией;
- планировать рабочие репутационные и имиджевые кампании и мероприятия;
- работать с информационными и имиджевыми документами;
- проводить исследования в области связей с общественностью;
- разрабатывать коммуникационные и информационные кампании в СМИ, медиа-программы;
- применять на практике профессиональные стандарты во взаимоотношениях со СМИ;
- оценивать условия коммуникации;
- выстраивать коммуникационное поле и потоки компании;

– самостоятельно выбирать эффективную стратегию управления корпоративной репутацией

*владеть навыками:*

– основным понятийным аппаратом в области современных коммуникационных технологий;

– ключевыми инструментами репутационного менеджмента;

– навыками разработки информационного сопровождения деятельности органов государственной власти.

В результате освоения данной программы государственные гражданские служащие приобретут практические профессиональные навыки и компетенции, опыт самостоятельной профессиональной деятельности в области управления проектами.

№ п/п	Наименование темы	Вид занятия
<b>1</b>	<b>Репутационный менеджмент органов государственной власти в условиях развития информационного общества</b>	
1.1	Вводное занятие. PR, GR, RM – основные понятия, история, международная практика и особенности использования в РФ	<i>Лекция</i>
1.2	Репутационный менеджмент как управленческая деятельность: цели, задачи, технологии	<i>Лекция</i>
1.3	Имидж и репутация органов государственной власти. Персональный имидж государственных гражданских служащих	<i>Практика</i>
1.4	Составляющие имиджа и технологии формирования имиджа. Стереотип и массовое сознание как основа формирования имиджа.	<i>Практика</i>
1.5	Вербальный имидж как основа эффективной коммуникации государственных гражданских служащих. Приемы построения убеждающей речи.	<i>Практика</i>
1.6	Репутационный менеджмент и социальная ответственность. Стратегия и технологии формирования и управления репутацией. Методы поддержания доверия к органам государственной власти как основы устойчивого развития государства. Система ценностей, миссия, использование современных возможностей Интернет-ресурса и социальных сетей в репутационном менеджменте.	<i>Практика</i>

Объем занятий по дисциплине – 17 часов (94% от всего объема программы)

### Реферативное описание тем

#### **1.1. Вводное занятие. PR, GR, RM – основные понятия, история, международная практика и особенности использования в РФ**

Технологии, направленные на создание взаимопонимания и поддержание доброжелательных отношений между организацией или персоной и общественностью. GR-менеджмент как деятельность на стыке проблематики государственного и корпоративного управления, а также менеджмента общественных объединений и некоммерческих организаций. Информационное общество как среда формирования и развития репутационного менеджмента.

#### **1.2. Репутационный менеджмент как управленческая деятельность: цели, задачи, технологии**

Репутационный менеджмент в деятельности органов государственной власти. Компоненты репутационного менеджмента как управленческой деятельности: субъект, объект,



исполнительный механизм. Информационная политика и репутационный менеджмент: ресурсы, технологии, планирование.

### **1.3. Имидж и репутация органов государственной власти. Персональный имидж государственных гражданских служащих**

Теоретические аспекты создания имиджа органов власти. Современные аспекты и тенденции формирования имиджа государственного гражданского служащего. Особенности формирования профессионального, персонального имиджа государственного служащего. Анализ факторов и проблемных вопросов формирования имиджа государственного служащего. Методы непрямого воздействия в процессах создания репутации. Использование понятий репутации, престижа, респектабельности.

#### **1.4. Составляющие имиджа и технологии формирования имиджа.**

##### **Стереотип и массовое сознание как основа формирования имиджа.**

Цели формирования имиджа.

Построение информационной кампании по продвижению имиджа в массовое сознание целевых групп.

Приемы позиционирования имиджа в модели мира целевых групп.

#### **1.5. Вербальный имидж как основа эффективной коммуникации государственных гражданских служащих. Приемы построения убеждающей речи.**

Требования к вербальному имиджу как к базовому элементу оказания государственных услуг в условиях клиентоориентированного подхода.

Особенности составляющих вербального имиджа.

Современные техники построения убеждающей речи.

#### **1.6. Репутационный менеджмент и социальная ответственность. Стратегия формирования и управление репутацией. Технологии формирования репутации и методы поддержания доверия к органам государственной власти как основы устойчивого развития государства. Система ценностей, миссия, использование современных возможностей Интернет-ресурса и социальных сетей в репутационном менеджменте.**

Ключевые направления и задачи репутационного менеджмента в органах государственной власти. Социальная ответственность власти в информационном обществе как устойчивая категория, отражающая социальные функции властных структур и их социальную миссию.

Методы и приемы реализации репутационного менеджмента в государственных органах. Комплекс проектных и процессных мероприятий, направленных на исполнение целей и задач, поставленных документами Правительства Российской Федерации, государственными программами Российской Федерации, национальными проектами и другими документами стратегического характера.

### **Практические задания (примеры)**

#### **Задание 1.**

Подберите стереотип для формирования персонального профессионального имиджа государственного гражданского служащего (уровень специалиста). Обоснуйте выбор данного стереотипа. Выделите 3 основных признака выбранного стереотипа. Разработайте не менее 3 информационных поводов для продвижения создаваемого имиджа через СМИ.

#### **Задание 2.**

Приведите 2 примера коммуникативного взаимодействия, которые соответствуют известным правилам репутационного менеджмента: 1."Доверие-Содействие-Успех" или 2."Недоверие-Противодействие-Неудача".

#### **Задание 3.**

Репутация как ресурс управления. Разработайте план информационного сопровождения деятельности госорганов в Вашем регионе для создания положительной общественной оценки одной из следующих целевых групп населения: индивидуальные предприниматели; предприятия среднего и малого бизнеса; госкорпорации; физические лица, работающие по найму.

## Методические рекомендации

Обучение осуществляется с использованием дистанционных технологий и электронного обучения путем как самостоятельного изучения материала, так и взаимодействия педагогического работника с обучающимся.

Лекции и практические занятия в форме вебинаров проводятся по основным и наиболее сложным темам в целях углубления и закрепления знаний слушателей, полученных ими в процессе самостоятельной работы над учебным материалом. Продолжительность каждого вебинара 2-4 аудиторных часа. При подготовке слушателям заранее выдаются вопросы, подготовка к которым требует самостоятельной работы с использованием рекомендованной литературы и электронных учебников, предоставляемых на Интернет-ресурсе. В ходе занятий, путём постановки проблемных вопросов, совместным их обсуждением и рассмотрением наиболее целесообразных путей решения, обучаемые осваивают учебный материал, закрепляют знания, полученные в рамках самостоятельной работы и на лекциях.

На практические занятия выносятся вопросы, усвоение которых требуется на уровне навыков и умений. При проведении практических занятий необходимо обрабатывать задания, учитывающие специфику выполняемых функциональных обязанностей слушателями по своему профессиональному предназначению, в том числе предусматривать задания с проведением деловых игр (эпизодов) и созданием моделей типовых ситуаций.

В процессе практического обучения особое внимание следует уделять формированию и развитию у слушателей практических умений, навыков и компетенций.

Для проведения практических занятий должны использоваться методические разработки, позволяющие индивидуализировать задания обучаемым в зависимости от их должностных категорий. Такие задания представляют собой проблемные ситуационные варианты, различающиеся моделями информационных систем, и набором конкретных действий, существенных для определённых категорий обучаемых, объединённых в соответствующую подгруппу.

Основными видами самостоятельной работы слушателями без участия преподавателей являются:

- формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной преподавателем учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.);
- выполнение домашних заданий в виде предложенных преподавателем практических заданий и лабораторных работ;
- просмотра видеоуроков.

В ходе самостоятельной работы слушатели более детально рассматривают вопросы, изучаемые в ходе лекционных занятий, готовятся к проведению семинаров и закрепляют умения и навыки, полученные при отработке на практических занятиях. В целях более эффективной работы слушателей, готовятся учебные и контрольно-проверочные материалы.

В ходе самостоятельной работы слушателям предоставляется возможность пользования интернет ресурсами учебного заведения, на которых размещены электронные учебники, пробные тесты, а также форум для получения консультационных услуг от ведущих преподавателей.

С целью определения качества усвоения материала проводится проверка знаний слушателей с использованием совокупности контрольных заданий и вопросов в виде текущего и итогового контроля.

Текущий контроль осуществляется в форме промежуточного тестирования.

### Список литературы

1. Антонец В. А., Бедный Б. И. Инновационный менеджмент. Учебник и практикум для СПО. — М.: Юрайт. 2018. 304 с.
2. Блинов А. О., Угрюмова Н. В. Менеджмент. Задания, тесты, кейсы. Учебное пособие. — М.: КноРус. 2022 208 с.

3. Дашкова И. А., Ткаченко И. В., Захарченко Н. С. Менеджмент. Методы принятия управленческих решений. — М.: Юрайт. 2020. 276 с.
4. Жуков П. Е., Лукасевич И. Я. Международный финансовый менеджмент. Учебник. — М.: КноРус. 2020. 210 с.
5. Заздравных А. В., Казаков С. П., Коро Н. Р. Маркетинг-менеджмент. Учебник и практикум. — М.: Юрайт. 2018. 380 с.
6. Карпов А. В. Психология менеджмента. Учебник для академического бакалавриата. — М.: Юрайт. 2019. 482 с.
7. Коргова М. А. Менеджмент. Управление организацией. — М.: Юрайт. 2022. 198 с.
8. Литвин Ю. И., Литвин И. Ю., Харисова Р. Р. Проектный менеджмент. Теория и практика. Учебное пособие и практикум для бакалавриата. — М.: Прометей. 2023. 240 с.
9. Мардас А. Н., Гуляева О. А., Кадиев И. Г. Стратегический менеджмент. Учебник и практикум для академического бакалавриата. — М.: Юрайт. 2019. 176 с.
10. Маслова Е. Л. Теория менеджмента. Практикум. — М.: Дашков и Ко. 2019. 158 с.
11. Резник С. Д., Игошина И. А. Карьерный менеджмент. Учебное пособие. — М.: Инфра-М. 2016. 240 с.
12. Сальникова, Л. С. Репутационный менеджмент. Современные подходы и технологии : учебник для вузов / Л. С. Сальникова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 305 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08505-1.
13. Сысоева Е. Ф., Барабанов А. И., Гаврилова А. Н. Финансовый менеджмент. Учебное пособие. — М.: КноРус. 2020. 498 с.
14. С. Петров. Управление репутацией в интернете.
15. Эндрю Гриффин. Управление репутационными рисками.
16. Михаил Умаров. “PR в реальном времени. Тренды. Кейсы. Правила.

## **ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ**

Повышение квалификации гражданских служащих осуществляется в заочной форме с использованием дистанционных образовательных технологий и электронного обучения с отрывом от исполнения служебных обязанностей по замещаемой должности государственной гражданской службы. В содержании обучения приоритет отдается практической направленности обучения.

При проведении обучения обязательно учитывается распределение времени на лекционный материал и выполнение практических занятий в соответствии с утвержденным учебно-тематическим планом.

На лекционных занятиях излагаются наиболее важные и сложные вопросы, являющиеся теоретической основой нормативных документов и практических действий. Лекции обязательно представлены в форме электронных учебников, часть лекций может быть представлена в форме видеоуроков.

Лекции и практические занятия могут проводиться в форме вебинаров по основным и наиболее сложным темам в целях углубления и закрепления знаний слушателей. При подготовке к вебинару слушателям заранее могут выдаваться вопросы, подготовка к которым требует самостоятельной работы с использованием рекомендованной литературы и электронных учебников, предоставляемых на Интернет-ресурсе. В ходе вебинара, путём постановки проблемных вопросов, совместным их обсуждением и рассмотрением наиболее целесообразных путей решения, обучаемые осваивают учебный материал, закрепляют знания, полученные в рамках самостоятельной работы.

На практические занятия выносятся вопросы, усвоение которых требуется на уровне навыков и умений. При проведении практических занятий необходимо отрабатывать задания, учитывающие специфику выполняемых функциональных обязанностей слушателями курсов по своему профессиональному предназначению, в том числе предусматривать задания с проведением деловых игр (эпизодов) и созданием ситуаций, моделирующих типовые нарушения.

Формирование профессиональных компетенций обеспечивается широким использованием в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных

симуляций, деловых игр, разбора конкретных ситуаций) с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Каждый обучающийся на весь период обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронным учебным материалам, содержащим всю необходимую учебную и учебно-методическую информацию по изучаемым модулям.

Учебная база Академии оснащена современными техническими средствами для обеспечения учебного процесса. Лекции и практические занятия в форме вебинаров проводятся с использованием современной вебинарной площадки на основании заключенного договора.

Реализация программы обеспечивается как штатными преподавателями специализированных кафедр Академии, так и руководящими и научно-педагогическими работниками организаций и ведущих ВУЗов, привлекаемыми к реализации программы на условиях гражданско-правового договора (контракта).

## **ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ**

Оценка качества освоения программы включает входной, текущий и/или промежуточный контроль, а также итоговую аттестацию обучающихся.

Входной контроль должен охватывать всех обучающихся и проводиться в форме тестирования в первый день обучения. Целью входного контроля является определение уровня знаний обучающихся для корректировки и адаптации учебного процесса под конкретные потребности обучающихся.

Текущий контроль и/или промежуточная аттестация проводится в соответствии с Положением, утвержденным ректором Академии.

Порядок проведения итоговой аттестации определен Положением об итоговой аттестации, утвержденным ректором Академии.

## **ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ**

### **Перечень вопросов, выносимых на экзамен**

1.1 Вводное занятие. PR, GR, RM – основные понятия, история, международная практика и особенности использования в РФ

1.2 Репутационный менеджмент как управленческая деятельность: цели, задачи, технологии

1.3 Имидж и репутация органов государственной власти. Персональный имидж государственных гражданских служащих

1.4 Составляющие имиджа и технологии формирования имиджа. Стереотип и массовое сознание как основа формирования имиджа.

1.5 Вербальный имидж как основа эффективной коммуникации государственных гражданских служащих. Приемы построения убеждающей речи.

1.6 Репутационный менеджмент и социальная ответственность. Стратегия и технологии формирования и управления репутацией. Методы поддержания доверия к органам государственной власти как основы устойчивого развития государства. Система ценностей, миссия, использование современных возможностей Интернет-ресурса и социальных сетей в репутационном менеджменте.

### **Примеры тестовых вопросов**

**1. Выберите из предлагаемых вариантов стиль речи, который является вербальной составляющей профессионального персонального имиджа государственного гражданского служащего.**

- a) Публицистический
- b) Научный
- c) Художественный
- d) Официально-деловой

**2. Главной функцией имиджа является формирование:**

- a) положительного отношения целевой группы к событию, факту, явлению общественной жизни, к неодушевленным предметам, людям и человеку, то есть к PR-объекту
- b) отрицательного отношения целевой группы к событию, факту, явлению общественной жизни, к неодушевленным предметам, людям и человеку, то есть к PR-объекту
- c) повышенного внимания СМИ к событию, факту, явлению общественной жизни, к неодушевленным предметам, людям и человеку, то есть к PR-объекту
- d) отрицательного отношения СМИ к событию, факту, явлению общественной жизни, к неодушевленным предметам, людям и человеку, то есть к PR-объекту

**3. Имидж государственных органов способствует процессу \_\_\_\_\_ образа госоргана в массовом сознании целевых групп.**

- a) активизации
- b) позиционирования
- c) адаптации
- d) функционирования

**4. Для формирования позитивных установок служащих при взаимодействии с клиентами используется техника \_\_\_\_\_.**

- a) фандрайзинга
- b) аутсорсинга
- c) рестайлинга
- d) рефрейминга

Лицам, успешно освоившим дополнительную профессиональную программу повышения квалификации и прошедшим итоговую аттестацию, выдается удостоверение о повышении квалификации установленного образца.

Проректор по учебной работе



И.В. Кожанова