

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»

по повышению квалификации федеральных государственных гражданских
служащих

(объем 18 часов)

Рассмотрена
на заседании кафедры СПД

Протокол № 11 от 18.11.2024

Нижний Новгород – 2025

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ	3
ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ	3
УЧЕБНЫЙ ПЛАН	6
КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК	6
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ	7
Репутационный менеджмент органов государственной власти в условиях развития информационного общества	7
Введение	7
Цели, задачи и место учебной дисциплины в процессе повышения квалификации	7
Планируемые результаты обучения	8
Реферативное описание тем	10
Практические задания (примеры)	12
Методические рекомендации	12
Список литературы.....	12
ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ	14
ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ	14
ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ	15
Примеры тестовых вопросов	15

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 органов ФНС России:
 - 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 федеральных государственных гражданских служащих
Федеральной налоговой службы

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 в полном объеме с отрывом от исполнения служебных обязанностей по замещаемой должности государственной гражданской службы*

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
	Итоговая аттестация	1		1	экзамен в форме тестирования
	ИТОГО	18	2	16	

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 человеческими ресурсами в соответствии с миссией и стратегией развития ФНС России.

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 территориальных органов ФНС России 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 органов ФНС России:

- 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
1	Репутационный менеджмент органов государственной власти в условиях развития информационного общества	
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 служащих органов ФНС России	<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. Стратегическая карта ФНС России.	<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 служащих органов ФНС России

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. Стратегическая карта ФНС России.

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 органах ФНС России. Комплекс проектных и процессных мероприятий, направленных на исполнение целей и задач, поставленных документами Правительства Российской Федерации, государственными программами Российской Федерации, национальными (федеральными) проектами и другими документами стратегического характера. Стратегическая карта ФНС России.

Практические задания (примеры)

Задание 1.

Подберите стереотип для формирования персонального профессионального имиджа государственного служащего ФНС России (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 органов ФНС России 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 отрабатывать 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. 2020. 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. 2019. 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. 2020. 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, 2024. — 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. 2024. 498 с.

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

Примеры тестовых вопросов

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

- 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

б) отрицательного отношения целевой группы к событию, факту, явлению общественной жизни, к неодушевленным предметам, людям и человеку, то есть к PR-объекту

с) повышенного внимания СМИ к событию, факту, явлению общественной жизни, к неодушевленным предметам, людям и человеку, то есть к PR-объекту

д) отрицательного отношения СМИ к событию, факту, явлению общественной жизни, к неодушевленным предметам, людям и человеку, то есть к PR-объекту

3. Имидж органов ФНС России способствует процессу _____ образа налоговой службы в массовом сознании целевых групп.

- а) активизации
- б) позиционирования
- с) адаптации
- д) функционирования

4. Главной задачей позиционирования ФНС России в условиях клиентоориентированного взаимодействия с налогоплательщиками является позиционирование ФНС России как _____.

- а) непубличного органа исполнительной власти
- б) традиционно существующего органа власти
- с) сервисного института
- д) социального института для бизнес-структур

5. Для формирования позитивных установок служащих органов ФНС России при взаимодействии с налогоплательщиками используется техника _____.

- а) фандрайзинга
- б) аутсорсинга
- с) рестайлинга
- д) 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