

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



Утверждаю
И.о. ректора
Академии ФНС ЛАБ – Волга»

И.В. Кожанова

«*14*» *декабря* 2025 г.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА

«Информационное сопровождение деятельности органов власти как форма связей
государства с общественностью»

повышения квалификации

(объем 38 часов)

Рассмотрена
на заседании кафедры
социально-правовых дисциплин

Протокол № 11 от 18.12.2024

Нижний Новгород, 2025

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ	5
УЧЕБНЫЙ ПЛАН	7
КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК	8
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ	8
Реферативное описание тем	9
Практические задания (примеры)	11
Методические рекомендации	16
Список литературы	17
ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ	21
ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ	21
ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ	22
Вопросы для самоконтроля.	22
Примеры тестовых вопросов.....	23

ВВЕДЕНИЕ

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Информационное сопровождение деятельности органов власти как форма связей государства с общественностью» 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»;
- Приказом Минобрнауки России от 01.07.2013 № 499 (с изм. и доп.) «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»;
- Письмом Минобрнауки России от 21.04.2015 № ВК-1013/06 «О направлении методических рекомендаций по реализации дополнительных профессиональных программ» (вместе с «Методическими рекомендациями по реализации дополнительных профессиональных программ с использованием дистанционных образовательных технологий, электронного обучения и в сетевой форме»).

Выбор тем программы и его основного содержания произведен с учетом обеспечения преемственности к государственным образовательным 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 для освоения широкого спектра экономических знаний и управленческих умений, а также формирования компетенций, необходимых для должностного роста.

В связи с этим **цель программы повышения квалификации** состоит в совершенствовании и (или) получение новой компетенции, необходимой для профессиональной деятельности, и (или) повышение профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации по вопросам информационного сопровождения деятельности государственных органов.

В рамках заявленной программы должны быть решены следующие **задачи**: сформировать у слушателей представление о новых технологических возможностях государственного управления для информирования общества о целях и результатах деятельности органов власти;

- 1) – выработать у слушателей умение создавать и реализовывать информационные проекты и потоки для объективного освещения деятельности органов власти в массовом сознании целевых групп общества;
- 2) – ознакомить слушателей с применением технологий репутационного менеджмента в деятельности органов государственного управления;

3) – рассмотреть приемы и методы создания условий информационной безопасности, способы защиты государственной тайны и конфиденциальной информации.

ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

Федеральные 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.

Общепрофессиональные

– Обеспечение информационной безопасности в процессе осуществления профессиональной деятельности;

– Эффективная коммуникация в системе государственной службы;

– Формирование публичного информационного пространства через взаимодействие со средствами массовой информации и коммуникации;

Профессиональные

– Организация информационных потоков и коммуникаций в системе государственного управления;

– Использование информационных систем и баз данных в государственном управлении;

– Обеспечение информационной безопасности в органах государственной власти;

– Решение служебных задач через взаимодействие со средствами массовой информации и коммуникации;

– Применение стратегий, технологий формирования и управления репутацией.

В результате освоения данной дисциплины слушатель должен

знать:

– нормативные правовые акты в сфере реализации информационной политики органами государственного управления;

– концепции государственной информационной политики как одной из сфер государственного управления, сущность и значение информации в профессиональной деятельности;

– методы организации информационных потоков и коммуникаций в системе государственного управления, использование информационных систем и баз данных в государственном управлении и в оказании электронных государственных услуг;

– правовые и организационные аспекты информационной безопасности, приемы и способы защиты государственной тайны и конфиденциальной информации;

- современные технологии репутационного менеджмента органов государственной власти;
- использование ресурсов Интернета и социальных сетей в информационном взаимодействии органов власти с обществом;
- возможности применения искусственного интеллекта в информационном взаимодействии органов власти и общества;
- содержание комплекса требований для реализации эффективных коммуникаций в системе государственной службы.

уметь:

- оперировать правовыми понятиями и категориями, отражающими деятельность органов власти в сфере массовой коммуникации;
- выявлять возможности ресурсного обеспечения деятельности органов государственного управления в сфере публичного информационного взаимодействия с обществом;
- анализировать данные для создания условий информационной безопасности, использовать приемы и способы защиты государственной тайны и конфиденциальной информации;
- на базе правовых норм и данных мониторинга анализировать эффективность деятельности органов государственного управления в сфере массовой информации и массовой коммуникации;
- осуществлять управленческую деятельность с использованием современных социальных технологий в публичном информационном пространстве

владеть навыками:

- формирования информационных потоков для сопровождения деятельности органов государственной власти с системных позиций;
- создания условий информационной безопасности, приемами и способами защиты государственной тайны и конфиденциальной информации;
- создания информационных проектов в рамках системного подхода к применению технологий репутационного менеджмента органов государственной власти;
- анализа информационной среды, материалов СМИ и социальных сетей для понимания процессов и явлений, происходящие в обществе;
- практической реализации информационных задач, стоящих перед органами государственного управления для реализации Указа Президента Российской Федерации «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года».

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

дополнительной профессиональной программы

«Информационное сопровождение деятельности государственных органов» по повышению квалификации

Цель: Совершенствование и (или) получение новой компетенции, необходимой для профессиональной деятельности, и (или) повышение профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации по вопросам информационного сопровождения деятельности государственных органов

Продолжительность 38 часов

обучения:

Форма обучения: заочная с использованием дистанционных образовательных технологий и электронного обучения в полном объеме

Режим занятий: 6-8 часов в день

№ п/п	Наименование разделов и дисциплин	Количество часов				Форма промежуточной аттестации	
		Всего	по видам занятий				
			лекции	практические занятия			
		вебинары	самостоятельное изучение	вебинары	самостоятельное изучение		
1	Информационное сопровождение деятельности органов власти как форма связей государства с общественностью	6	0	2	2	2	зачет
2	Репутационный менеджмент органов государственной власти в условиях развития информационного общества	8	1	3	4	0	
3	Взаимодействие государственных органов со средствами массовой информации	8	0	2	4	2	
4	Ресурсы Интернета и социальные сети в информационном взаимодействии органов власти с обществом.	10	0	2	2	6	
5	Эффективные коммуникации в системе государственной службы	4	0	0	1	3	
	Итоговая аттестация	2	0	0	2	0	экзамен в форме тестирования
	ИТОГО	38	1	9	15	13	

КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

Срок обучения по программе повышения квалификации, недели	1					
Срок обучения по программе повышения квалификации, дни	1	2	3	4	5	6
Виды занятий, предусмотренные программой повышения квалификации	А	А	К	А	А	АИ

А – аудиторная и самостоятельная работа, К – каникулы, И – итоговая аттестация

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Информационное сопровождение деятельности государственных органов

(наименование учебной дисциплины/раздела)

№ п/п	Наименование темы	Вид занятия
1	Информационное сопровождение деятельности органов власти как форма связей государства с общественностью	
1.1	Нормативно-правовая база информационного сопровождения деятельности органов государственной власти	Самостоятельное изучение (видеоуроки, электронные учебники)
1.2	Организация информационных потоков и коммуникаций в системе государственного управления. Использование информационных систем и баз данных в государственном управлении. Электронное правительство и электронные государственные услуги	Вебинар/ Самостоятельное изучение (видеоуроки, электронные учебники)
1.3	Обеспечение информационной безопасности в органах государственной власти. Правовые и организационные аспекты информационной безопасности. Защита государственной тайны и конфиденциальной информации.	Вебинар/ Самостоятельное изучение (видеоуроки, электронные учебники)
2	Репутационный менеджмент органов государственной власти в условиях развития информационного общества	
2.1	Вводное занятие. PR, GR, RM – основные понятия, история, международная практика и особенности использования в РФ	Самостоятельное изучение (видеоуроки, электронные учебники)
2.2	Репутационный менеджмент как управленческая деятельность: цели, задачи, технологии	Вебинар/ Самостоятельное изучение (видеоуроки, электронные учебники)
2.3	Имиджевые и репутационные стратегии органов государственного управления	Вебинар/ Самостоятельное изучение (видеоуроки, электронные учебники)
3	Взаимодействие государственных органов со средствами массовой информации	
3.1	Место и роль пресс-службы в структуре органа власти. Особенности взаимодействия с коллективным и индивидуальным потребителем информации.	Самостоятельное изучение (видеоуроки, электронные учебники)
3.2	Медийная персона. Специфика публичного выступления на TV, радио и пресс-конференциях.	Вебинар/ Самостоятельное изучение (видеоуроки, электронные учебники)
3.3	Информационный повод. Способы и стили оформления информационных поводов для СМИ и новостных агентств. Пресс-релиз.	Вебинар/ Самостоятельное изучение (видеоуроки, электронные учебники)
4	Ресурсы Интернета и социальные сети в информационном взаимодействии органов власти с обществом.	Вебинар/ Самостоятельное изучение (видеоуроки, электронные учебники)
4.1	Цели создания официального сайта органа власти, задачи и способы создания контента.	Самостоятельное изучение (видеоуроки, электронные учебники)
4.2	Современные технологии создания конкурентного контента в социальных сетях: рерайт, копирайтинг, сторителлинг. Приёмы визуализации контента.	Вебинар/ Самостоятельное изучение (видеоуроки, электронные учебники)
4.3	Искусственный интеллект в информационном взаимодействии: новые возможности.	Самостоятельное изучение (видеоуроки, электронные учебники)

5	Эффективные коммуникации в системе государственной службы	
5.1.	Современные требования к публичному речевому поведению государственных гражданских служащих	Самостоятельное изучение (видеоуроки, электронные учебники)
5.2.	Цифровой этикет в сетевых публичных коммуникациях	Вебинар/ Самостоятельное изучение (видеоуроки, электронные учебники)

Реферативное описание тем

1. Информационное сопровождение деятельности органов власти как форма связей государства с общественностью

1.1 Нормативно-правовая база информационного сопровождения деятельности органов государственной власти.

Нормативные документы, определяющие порядок работы по обеспечению взаимодействия органов государственной власти и общества. Деятельность органов государственной власти в публичной информационной сфере как субъекта внутренней и внешней информационной политики. Современные нормативные требования к созданию и использованию системокомплекса управленческих средств формирования информационной среды.

1.2 Организация информационных потоков и коммуникаций в системе государственного управления. Использование информационных систем и баз данных в государственном управлении. Электронное правительство и электронные государственные услуги.

Как организованы информационные потоки и коммуникации в системе госуправления. Информационные системы и базы данных. Что такое электронное правительство? На чем базируется электронное правительство: на системе электронного документооборота, системах автоматизации управления государством и других информационных системах. Как выстраивается взаимодействие органов государственной власти с гражданами, организациями в электронном формате. Какие электронные государственные услуги существуют. Принципы оказания электронных услуг.

1.3 Обеспечение информационной безопасности в органах государственной власти. Правовые и организационные аспекты информационной безопасности. Защита государственной тайны и конфиденциальной информации.

Информационная безопасность в органах государственной власти: правовые и организационные аспекты, защита гостайны и конфиденциальной информации.

2. Репутационный менеджмент органов государственной власти в условиях развития информационного общества

2.1 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 и общественностью. GR-менеджмент как деятельность на стыке проблематики государственного и корпоративного управления, а также менеджмента общественных объединений и некоммерческих организаций. Основные отличия GR-менеджмента от

лоббирования. Информационное общество как среда формирования и развития репутационного менеджмента.

2.2 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.

2.3 Имиджевые и репутационные стратегии органов государственного управления.

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. Доверие в системе ресурсов создания и поддержания репутации института государственной власти. Современные аспекты и тенденции формирования имиджа органов власти. Особенности разработки и поддержания профессионального персонального имиджа государственного служащего. Учет гендерных и возрастных компонентов в процессе создания персонального профессионального имиджа. Методы непрямого воздействия в процессах создания репутации.

3. Взаимодействие государственных органов со средствами массовой информации

3.1. Место и роль пресс-службы в структуре органа власти. Особенности взаимодействия с коллективным и индивидуальным потребителем информации.

Цели систематического освещения деятельности органов государственной власти. Коллективные и индивидуальные потребители информации, создаваемой органами государственного управления. Основные направления взаимодействия пресс-службы с представителями СМИ. Система аккредитации редакций СМИ пресс-службами органов власти и лояльный пул СМИ. Формирование системы публикаций и мониторинга СМИ.

3.2. Медийная персона. Специфика публичного выступления на TV, радио и пресс-конференциях.

Публичные информационные ресурсы официального представителя органа государственной власти. Особенности речевого и невербального публичного поведения представителя органа власти в условиях межличностной и массовой коммуникации.

3.3. Информационный повод. Способы и стили оформления информационных поводов для СМИ и новостных агентств. Пресс-релиз.

Информационный повод и классификация информационных поводов. Информационный повод как инструмент обеспечения постоянного присутствия органа государственной власти в информационном поле. Стандартная процедура подбора носителей в медиамикс для привлечения внимания целевой аудитории к деятельности органов государственного управления.

4. Ресурсы Интернета и социальные сети в информационном взаимодействии органов власти с обществом.

4.1. Цели создания официального сайта органа власти, задачи и способы создания контента.

Официальный сайт органа государственной власти как инструмент обеспечения открытости управленческой деятельности. Круглосуточная доступность без регистрации для бесплатного получения и использования информации. Обязательные разделы официального сайта органов власти. Обратная связь с пользователями ресурса.

4.2. Современные технологии создания конкурентного контента в социальных сетях: рерайт, копирайтинг, сторителлинг. Приёмы визуализации контента.

Рерайт как технология переработки сложных текстов в целях повышения их доступности для широкой аудитории. Использование копирайтинга в социальной рекламе. Сторителлинг как технология передачи и распространения в целевых группах ценностей, норм, информации и знаний. Основные функции и цели визуализации информации. Способы визуализации контента. Инфографика как инструмент визуализации публичной официальной информации.

4.3. Искусственный интеллект в информационном взаимодействии: новые возможности.

Возможности автоматизации рутинных задач с помощью нейросетей. Голосовые помощники и чат-боты в типовой коммуникации. Современные возможности генерирования контента нейросетями и редактирование полученных результатов.

5. Эффективные коммуникации в системе государственной службы.

5.1. Современные требования к публичному речевому поведению государственных гражданских служащих.

Культура и техника речи. Выбор стиля речи государственным гражданским служащим в публичном информационном пространстве при межличностной и массовой коммуникации

5.2. Цифровой этикет в сетевых публичных коммуникациях.

Главные принципы и правила обмена сообщениями в процессе деловой переписки по электронной почте. Психологические, административные и технические нормы сетевого этикета. Стиль сетевого общения при коллективных обсуждениях. Общие правила написания текстов для открытой публикации в сети. Особенности использования интонации в письменных сетевых сообщениях.

Практические задания (примеры)

Задание 1.

Оцените основные направления практической реализации информационных задач, стоящих перед органами государственного управления, в свете Указа Президента Российской Федерации «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года». Выделите целевые группы для информационной работы по одной из целей (цель для анализа выбирайте по своему усмотрению).

Задание 2.

Подберите стереотип для формирования персонального профессионального имиджа государственного служащего органа власти, в котором вы проходите службу (уровень специалиста). Обоснуйте выбор данного стереотипа. Выделите 3 основных признака выбранного стереотипа.

Задание 3.

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

Задание 4.

Разработайте план информационного сопровождения любой из социальных программ, реализуемой в вашем регионе, с которой связана деятельность органа власти, в котором вы проходите службу. Цель информационного сопровождения - получить положительную оценку работы вашего структурного подразделения (или органа власти в целом) одной из следующих целевых групп населения: физические лица трудового возраста (35-45 лет), работающие по найму; многодетные родители; пенсионеры; студенты.

Задание 5.

Опишите технологию организации и проведения мероприятий, направленных на формирование положительного образа и репутации органа государственного управления, в котором вы проходите службу.

Задание 6.

Приведите образец текста медийной персоны органа власти, в котором вы проходите службу, предназначенный для использования на брифинге. Выделите ключевые слова в тексте. Преобразуйте текст для использования в межличностной коммуникации данной персоны с представителями молодежной волонтерской организации.

Задание 7.

Расскажите о событии, состоявшемся в органе власти, где вы проходите службу, в форме информационного повода. Оформите текст пресс-релиза, содержащий информационный повод, в форме «новый». Проверьте, присутствуют ли в пресс-релизе ответы на вопросы, обязательные для данного типа сообщений, направляемых органами власти в редакции СМИ.

Задание 8.

Подготовить индивидуальное самостоятельное задание на тему «Анализ эффективности сайта органа власти субъекта РФ» по предлагаемому плану. Проанализируйте содержание официального сайта органа власти субъекта РФ, в котором вы проходите службу. Ответьте на следующие вопросы:

1.Насколько современен дизайна сайта и как часто обновляется на нем информация. Отметьте наиболее динамично администрируемые разделы сайта.

2.Удобен ли сайт для поиска информации пользователем – рядовым гражданином, входящим в ту или иную целевую группу, выделенную для информационного сопровождения работы органа государственной власти.

3.Доступны ли официальные материалы (не текст документов и нормативно-правовых актов) для понимания их содержания гражданами, составляющими целевые группы.

4. Имеется ли на сайте раздел по работе с обращениями граждан (Интернет-приемная). Если да, то оцените интерактивность этой приемной – есть ли форум, имеются ли другие виды обратной связи или интернет-приемная предназначена только для получения письменных обращений граждан.

5. Имеется ли у руководителя органа государственной власти, в котором вы проходите службу, собственный блог или иная форма персональной обратной связи с гражданами. Если имеется, то оцените значимость для жителей вашего субъекта РФ проблем, обсуждаемых на открытом форуме. Известны ли вам конкретные случаи принятия решений руководителем вашего органа власти с учетом мнения граждан, выложенных на официальном сайте.

Задание 9.

Дайте определение понятию «сторителлинг». Поясните, для каких маркетинговых целей используется сторителлинг. Опишите, какие виды контента сочетаются в сторителлинге. Объясните, чем сторителлинг отличается от обычного рассказа о событии. Перечислите главные составляющие сценария, которые должны одновременно присутствовать в истории.

Задание 10.

С помощью доступной вам нейросети для написания текста (например, ChatGPT) создайте текст на выбранную вами тему. Проанализируйте содержание и отредактируйте сгенерированный ИИ текст. В отчете приведите оба текста с выделенными вами правками.

Задание 11.

Выберите из приведенных выражений те, в которых соблюдены нормы лексической сочетаемости.

1. Две альтернативы
2. Бедственное положение
3. Свободная вакансия
4. Вернуть назад
5. Взрывной характер
6. Предпринять шаги
7. Играть значение
8. Оказать поддержку
9. Всем не угодишь
10. Сдержанность обещания
11. Годовалый цикл
12. Разыгрался сыр-бор
13. Дешевая цена
13. Широкая гамма
14. Широкий спектр
15. Главная скрипка

Задание 12.

Преобразуйте приведенные ниже примеры из деловой переписки так, чтобы негативный тон письма заменился на позитивный.

1. Вы забыли приложить квитанцию об оплате государственной пошлины, поэтому невозможно предоставить Вам выписку из реестра.

2. Мы не рассматриваем обращения граждан, написанные без соблюдения формы, указанной на нашем официальном сайте.

3. Руководитель нашего структурного подразделения не сможет принять Вас лично раньше следующего понедельника.

Задание 13.

Подготовить индивидуальное самостоятельное задание на тему: «Анализ деятельности органов ФНС по формированию информационной среды» по предлагаемому плану:

- Определите генеральную цель деятельности Вашего органа ФНС и выделите несколько подцелей (не более 3-х) на примере работы с выбранной Вами целевой программой, реализуемой на базе работы Вашей инспекции.

- Для каждой подцели (задачи) укажите целевые группы, для которых следует разрабатывать план информационного сопровождения деятельности органа ФНС по реализации данной подцели (задачи).

- Опишите ресурсы, имеющиеся в распоряжении органа ФНС для реализации выделенных целей в информационной среде.

- Опишите весь комплекс управленческих средств формирования информационной среды, необходимый для реализации информационной поддержки программы, выполняемой Вашим органом ФНС.

- Определите тип информации, который должен сопровождать программу во время ее реализации.

- Укажите каналы доставки информации о Вашей работе по реализации программы до каждой целевой группы населения территории Вашего региона.

- Составьте вариант программы информационного сопровождения деятельности для целевых групп населения территории.

- Составьте план информационной работы, учитывающий целевые задачи, управляющие переменные и структурные подразделения, которые будут системно обеспечивать формирование информационной среды по поддержке Вашей программы.

Задание 14.

Подготовить индивидуальное самостоятельное задание на тему: «Анализ эффективности сайта территориального органа ФНС субъекта РФ» по предлагаемому плану. Проанализируйте содержание сайта (официального портала) территориального Управления ФНС субъекта РФ, в котором вы проходите службу. Ответьте на следующие вопросы:

1. Насколько современен дизайн сайта и как часто обновляется на нем информация. Отметьте наиболее динамично администрируемые разделы сайта.

2. Удобен ли сайт для поиска информации пользователем – рядовым гражданином, входящим в ту или иную целевую группу, выделенную для информационного сопровождения работы инспекции.

3. Доступны ли официальные материалы органов ФНС (не текст документов и нормативно-правовых актов) для понимания их содержания гражданами, составляющими целевые группы.

4. Имеется ли на сайте раздел по работе с обращениями граждан (Интернет-приемная). Если да, то оцените интерактивность этой приемной – есть ли форум,

имеются ли другие виды обратной связи или интернет-приемная предназначена только для получения письменных обращений граждан.

5. Имеется ли у руководителя территориального управления ФНС собственный блог или иная форма персональной обратной связи с гражданами. Если имеется, то оцените значимость для жителей вашего субъекта РФ проблем, обсуждаемых на открытом форуме. Известны ли вам конкретные случаи принятия решений руководителем вашего органа ФНС с учетом мнения граждан, выложенных на официальном сайте.

Задание 15.

Подготовить стратегический план PR-кампании в соответствии со следующими положениями:

1. Опишите проблемную ситуацию в терминах Public relations.
2. Сформулируйте цели PR-кампании.
3. Оцените состояние публичной информационно-коммуникационной среды, связанной с выбранной вами генеральной целью PR-кампании.
4. Разработайте оптимальные модели внешних и внутренних коммуникаций.
5. Выработайте программы тактики PR –кампании и модели тактических решений.
6. Приведите систему критериев для оценки результатов спланированной вами PR-кампании.

Задание 16.

Разработать технологию формирования профессионального персонального имиджа государственного служащего на базе стереотипа «Патриот» в соответствии с технологией четырехтактной модели.

Целевые группы:

1. студенты высших учебных заведений на территории городского округа с населением 1 миллион человек (50%)
2. старшеклассники, активно занимающиеся спортом (10%)
3. демобилизованные из состава Вооруженных Сил РФ офицеры всех родов войск в возрасте старше 50 лет (40%)

Задание 17.

Разработать технологию формирования профессионального персонального имиджа руководителя территориального Управления ФНС на базе стереотипа «Хозяйственник» в соответствии с технологией четырехтактной модели.

Целевые группы:

1. предприниматели (50%)
2. работающие на государственных предприятиях мужчины и женщины в возрасте от 40 до 55 лет (10% / 10%)
3. муниципальные служащие администраций муниципальных районов субъекта РФ (5%)
4. работающие на негосударственных предприятиях мужчины и женщины в возрасте от 40 до 55 лет (5% / 20%)

Задание 18.

Разработать технологию формирования профессионального персонального имиджа руководителя общественного движения на базе стереотипа «Борец за справедливость» в соответствии с технологией четырехтактной модели.

Целевые группы:

1. неработающие пенсионеры в сельском районе (50%);
2. работающие на негосударственных предприятиях мужчины в возрасте от 50 до 60 лет (30%);
3. инвалиды и ветераны (кроме инвалидов с детства), в том числе – афганцы, чернобыльцы, чеченцы, инвалиды труда (20%).

Методические рекомендации

Повышение квалификации осуществляется с использованием дистанционных телекоммуникационных и интернет-технологий.

В содержании обучения приоритет отдается практической направленности обучения.

Основными видами самостоятельной работы слушателями без участия преподавателей являются:

– формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.);

– выполнение домашних заданий в виде предложенной лектором работы по рабочей тетради определенного раздела дисциплины.

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

Занятия проводятся, в том числе, по основным и наиболее сложным темам в целях углубления и закрепления знаний слушателей, полученных ими на лекциях и в процессе самостоятельной работы над учебным материалом. Продолжительность каждого занятия 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 курсов 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.

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.

Список литературы

1. Антонен В.А., Бедный Б. И. Инновационный менеджмент. Учебник и практикум для СПО. — М.: Юрайт. 2018. 304 с.
2. Арсеньева Т.И. Капитал культуры как ресурс профессионального развития государственных гражданских служащих //Материалы XV Всероссийской научно-практической конф. (Нижний Новгород, 26 мая 2021 г.).- Н.Новгород, 2021.- С .30-32.
3. Арсеньева Т.И. Формирование информационной среды региона, Н.Новгород, Изд-во ННГУ, 2000.- 207 с.
4. Арсеньева Т.И., Бажин И.И. Социальная ответственность власти на пути к информационному обществу: Н.Новгород: Изд. Гладкова О.В., 2001.- 58 с.
5. Ашманов И., Касперская Н. Цифровая гигиена. – СПб.:Питер, 2022. – 508 с.
6. Бабаевская Ю.Э. Конспекты лекций по дисциплине «Русский язык и культура речи». Изд-во Волгодонского техникума информационных технологий, бизнеса и дизайна имени В.В. Самарского, 2011. – 65 с.
7. Белл Д. Социальные рамки информационного общества.- М.: Прогресс, 1986
8. Валлерстайн И. Конец знакомого мира.- М.: Логос, 2004. – 526 с.
9. Вартанова Е. Медиасистема России. – М.: Аспект пресс, 2021. - 238 с.
10. Ворошилов В.В. Современная пресс-служба / В.В. Ворошилов. – М.: КноРус, 2019. – 224 с.
11. Гудфеллоу Я., Бенджио И., Курвилль А. Глубокое обучение.- "The MIT Press", 2017.- 652 с.
12. Дашкова И.А., Ткаченко И. В., Захарченко Н. С. Менеджмент. Методы принятия управленческих решений. — М.: Юрайт. 2020. 276 с.
13. Дягилев В.В., Разов П.В., Замиралова Т.А. Социология массовых коммуникаций. Практикум – М.: Прометей, 2022. – 186 с.
14. Иванова Н.В. Культура речи: сборник упражнений. Изд-во Амурского государственного университета, 2001. – 38 с.
15. Иноземцев В.Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы, М.: Логос, 2000. – 534 с.
16. Информационная политика: учебник /Под общ. Ред. В.Д.Попова.- М.: Изд-во РАГС, 2003. – 463 с.
17. Информационное обеспечение государственного управления/ Под ред. Ю.В.Гуляева. – М.: Славянский диалог, 2000. – 415 с

18. Кай-Фу Ли, Чэнь Цюфань. ИИ-2041. Десять образов нашего будущего. - ISBN 978-5-00195-171-1, 2022.- 432 с.
19. Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016. / Под ред. С. Д. Балмаевой и М. М. Лукиной. – 2016 [Электронный ресурс]URL:<http://newmedia2016.digitalbooks.ru/>(дата обращения 01.12.2021).
20. Капканщиков, С. Г. Причины гибридной войны Запада против России и ее ведущие инструменты / С. Г. Капканщиков, С. В. Капканщикова // Экономическая безопасность. – 2020. – Т. 3, № 2. – С. 155-170. – DOI 10.18334/есsec.3.2.110268
21. Карелина С. Переписка 2.0. Как решать вопросы в чатах, соцсетях и письмах. ISBN: 978-5-906084-26-2. Изд-во «СилаУма-Паблицер», 2020. – 320 с.
22. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М., 2000. – 576 с.
23. Кортава Т.В. Русский язык и культура речи. – М.: Издательство «МАКС Пресс», 2012. – 274 с.
24. Кривонос А.Д. Ситуационный анализ в связях с общественностью (в соавт. с Л.В. Азаровой, В.А. Ачкасовой, К. А. Ивановой, О.Г. Филатовой). – СПб: Питер, 2018. – 288 с.
25. Культурные практики толерантности в речевой коммуникации: коллект. монография / Отв. ред. Н.А. Купина и О.А. Михайлова. - Екатеринбург, 2004.
26. Кульчицкая Д. Ю., Галустян А. А. Лонгриды в онлайн-СМИ. Особенности и технология создания. – М.: Аспект Пресс, 2016. – 80 с.
27. Лукина М. М. Откуда берутся новости. Мастер-класс для журналистов. – М.: МедиаМир, 2013. – 72 с.
28. Музыкант В.Л. Основы интегрированных коммуникаций. Теория и современные практики /В.Л. Музыкант. – М.: Юрайт, 2020. – 342 с.
29. Назаров М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. –М.: - Либроком, 2010. – 238 с.
30. Пол Доэрти, Джеймс Уилсон. Человек + машина. Новые принципы работы в эпоху искусственного интеллекта.- ISBN 978-5-00146-159-3, 2019. -304 с.
31. Пригожин И., Стенгерс И. Порядок из хаоса. – М.: Эдиториал УРСС, 2001. – 312 с.;
32. Работа журналиста в цифровой периодике: учеб. пособ. / под ред. О. В. Смирновой. – М.: Аспект Пресс, 2021. – 248 с.
33. Развитие потенциала сотрудников: Профессиональные компетенции, лидерство, коммуникации / соавтор С. В. Иванова. - 6-е изд. - М.: Альпина Паблицер, 2017. - 277 с.
34. Расторгуев С.П. Философия информационной войны. М.: 2000.– 446с.
35. Редакционный стандарт ТАСС: учеб. пособ. для студентов вузов / авт.-сост. Лебедев А. В. – М.: Аспект Пресс, 2019. – 176 с.
36. Рудин Л.Б. Основы голосоведения. – М.: Граница, 2009. – 104 с.

37. Русаков, А.Ю. Связи с общественностью в органах государственной власти. Учебное пособие / А.Ю. Русаков. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2006. – 236с.
38. 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.
39. Семова Л. В. Основы фотосъемки. [Мастер-класс для журналистов]. – М.: МедиаМир, 2013. – 128 с.
40. Страшнов С.Л. Система СМИ: просветительство и журналистика. – М: Юрайт. 2024.- 276 с.
41. Тоффлер Э. Метаморфозы власти. – М.: 2001. – 423 с.
42. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин; под общ. ред. проф. Ф. И. Шаркова. – М.: Дашков и К°, 2018. – 486 с.
- 43.

Интернет-ресурсы:

1. <https://army.ric.mil.ru/>
2. <https://4brain.ru/blog/10-упражнений-на-улучшение-артикуляции/>
3. <http://rkn.gov.ru/mass-communications/control-smi/>
4. <http://президент.рф/> – Официальный сайт Президента РФ
5. правительство.рф – Интернет-портал Правительства Российской Федерации
6. council.gov.ru – Совет Федерации ФС РФ
7. www.duma.gov.ru – Государственная Дума ФС РФ
8. www.duma.gov/infokom/.ru – Комитет по информационной политике Государственной Думы ФС РФ
9. www.akdi.ru/gd/akdi.htm – Государственная Дума (информационный канал)
10. asozd.duma.gov.ru/main.nsf – Государственная Дума – АСОЗД (Автоматизированная система обеспечения законодательной деятельности)
11. www.iis.ru – Институт развития информационного общества
12. <http://zakupki.gov.ru/> – Официальный сайт для размещения информации о размещении заказов
13. <http://www.gosuslugi.ru/> – Портал государственных услуг
14. <http://www.rossvyaz.ru> – Официальный сайт Федерального агентства связи (Россвязь)
15. <http://base.consultant.ru/> – Официальный сайт компании «Консультант Плюс»
16. <http://www.garant.ru/> – Информационно-правовой портал «Гарант»
17. www.lawportal.ru – Юридическая Россия (Федеральный правовой портал)
18. www.rg.ru – Российская газета
19. www.sovetnik.ru – Профессиональный PR-портал «Sovetnik.ru»

Нормативно-правовые акты:

1. Федеральный закон от 08.03.2015 № 23-ФЗ
2. Федеральный закон от 24.11.2014 № 370-ФЗ
3. Федеральный закон от 14.10.2014 № 305-ФЗ
4. Федеральный закон от 02.07.2013 № 185-ФЗ
5. Федеральный закон от 02.07.2013 № 158-ФЗ
6. Федеральный закон от 05.04.2013 № 50-ФЗ
7. Федеральный закон от 05.04.2013 № 34-ФЗ
8. Федеральный закон от 28.07.2012 № 133-ФЗ
9. Федеральный закон от 21.07.2011 № 252-ФЗ
10. Федеральный закон от 11.07.2011 № 200-ФЗ
11. Федеральный закон от 14.06.2011 № 142-ФЗ
12. Федеральный закон от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»
13. Федеральный закон от 09.02.2009 № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления»
14. Закон РФ от 27 декабря 1991 г. № 2124-1 «О средствах массовой информации»
15. Указ Президента РФ от 07.05.2024 № 309. «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года»
16. Указ Президента РФ от 02.07.2021 № 400 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации»
17. Указ Президента РФ от 09.11.2022 № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей»
18. Указ Президента РФ от 09.05.2017 № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 - 2030 годы»
19. Указ Президента РФ от 05.12.2016 № 646 «Об утверждении Доктрины информационной безопасности Российской Федерации»
20. Доктрина информационной безопасности РФ, утв. 09.09.2000 Указом Президента РФ
21. Постановление Правительства РФ от 22.10.2020 № 1722 (ред. от 04.10.2021) «О размещении и актуализации на официальных сайтах органов государственной власти, осуществляющих государственный контроль (надзор), предоставление лицензий и иных разрешений, аккредитацию, перечней нормативных правовых актов (их отдельных положений), содержащих обязательные требования»
22. Постановление Правительства РФ от 15.04.2014 № 313 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Информационное общество (2011 - 2020 годы)»»
23. Распоряжение Правительства РФ от 20.10.2010 № 1815-р г. Москва «О государственной программе Российской Федерации "Информационное общество (2011-2020 годы)»
24. Методические рекомендации по публикации открытых данных государственными органами и органами местного самоуправления, а также

технические требования к публикации открытых данных. Версия 3.0» (утв. протоколом заседания Правительственной комиссии по координации деятельности Открытого Правительства от 29.05.2014 № 4)

ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ

Повышение квалификации осуществляется в заочной форме без отрыва от исполнения служебных обязанностей по замещаемой должности государственной гражданской службы. В содержании обучения приоритет отдается практической направленности обучения.

При проведении занятий обязательно учитывается распределение времени на лекционный материал и выполнение практических занятий в соответствии с утвержденным учебно-тематическим планом. При этом общее время на лекционный материал не должно превышать 30%.

Основными видами самостоятельной работы слушателей без участия преподавателей являются:

– формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.);

– выполнение домашних заданий в виде предложенной лектором работы определенного раздела дисциплины.

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

Учебная база академии оснащена современными техническими средствами для обеспечения учебного процесса.

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.

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 текущий и/или промежуточный контроль, а также итоговую аттестацию обучающихся.

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

Итоговая аттестация проводится в форме тестирования в соответствии с Положением об итоговой аттестации, утвержденным ректором академии.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Оценочные материалы разрабатываются в соответствии с Положением о разработке тестовых вопросов для целей оценки степени и уровня освоения обучающимися дополнительных профессиональных программ, утвержденным ректором академии.

Вопросы для самоконтроля.

1. Какой этап не входит в процесс подготовки и проведения информационной кампании?
2. Бэкграундер (background notes) это ...
3. Медиа-кит (media-kit), или пресс-кит – это... Успех реализации информационной кампании зависит от...
4. На каком этапе подготовки и проведения информационной кампании подводятся итоги проделанной работы?
5. «Потребитель (приемник) информации» в информационной политике – это...
6. На каком этапе подготовки и реализации информационной кампании предполагаются различные альтернативы развития событий?
7. Какие последствия возможны в случае, если при осуществлении информационной кампании не были выделены группы общественности?
8. Что не входит в число задач ответственного за связь с прессой?
9. Чем новостной релиз отличается от пресс-релиза?
10. Чье мнение воспринимается гражданами как более объективное?
11. Меморандум (memorandum) это ...
12. Брифинг–это...
13. Массовая коммуникация – это...
14. После какой стадии обозначается граница общественных групп?
15. Под оперативностью как принципом установления и поддержания связей с общественностью понимается...
16. Принцип написания пресс-релиза «Перевернутая пирамида» состоит в том, что ...
17. Внутренний документ, описывающий основы информационной политики службы не должен содержать...
18. Преимущество ТВ перед другими средствами массовой информации...
19. Функция планирования в формировании информационной среды региона на базе системного подхода – это в первую очередь...
20. Срок, в который должна быть предоставлена информация по запросу редакции СМИ составляет...
21. Выберите определение, соответствующее технологии создания имиджа.
22. Какая длительность пресс-конференции является оптимальной?
23. Методикой оценки информационной кампании могут быть:
24. Чтобы эффективно организовать встречу с прессой, не следует:
25. В чём отличие пресс-релиза от пресс-кита?
26. На каком этапе подготовки и реализации информационной кампании обозначается цель программы?

27. Какие релизы не предназначены для публикации - их цель просто проинформировать журналистов о состоянии дел в организации?
28. При написании новостного релиза следует ...
29. Составляя пресс-релиз, необходимо...
30. Информационные поводы создаются как новость на основании ...

Примеры тестовых вопросов

1. Информационное общество — это общество, в котором в производительных силах и производственных отношениях, в приращении капитала на передний план выходят (выберите один вариант):

1. знания и информация, образующие частную форму собственности
2. знания и информация, образующие личную форму собственности
3. знания и информация, образующие коллективную форму собственности
4. знания и информация, образующие общественную форму собственности

2. Субъектом государственной информационной политики является (выберите один вариант):

1. государство в лице органов государственной власти и местного самоуправления
2. государственные и муниципальные учреждения и предприятия
3. государство в лице глав исполнительных органов субъектов РФ
4. государство в лице представительных органов государственной власти и местного самоуправления

3. Целью государственной информационной политики является (выберите один вариант):

1. создание условий для свободного доступа СМИ к информации
2. создание условий для свободного диалога всех секторов общества в информационной сфере
3. создание условий для свободного диалога бизнеса и власти в информационной сфере
4. создание условий для свободного диалога власти и оппозиционных групп в информационной сфере

4. Массовая коммуникация – это (выберите один вариант):

1. систематическое распространение сообщений и материалов среди неограниченного круга лиц с целью утверждения духовных ценностей данного общества и активного воздействия на оценки, мнения и поведение людей
2. однократное распространение сообщений и материалов среди неограниченного круга лиц с целью воздействия на массовое сознание
3. то же самое, что и средство массовой информации
4. информация, предназначенная для опубликования органами государственной власти и местного самоуправления

5. «Потребитель (приемник) информации» в информационной политике – это (выберите один вариант):

1. исполнительный орган государственной власти
2. техническое коммуникативное устройство
3. персональный компьютер

4. социальный институт

5. человек

6. Принципиальное отличие позиционирования при создании имиджа властных структур состоит в том, что (выберите один вариант):

1. позиционирование распространяется на политически активное население территории
2. позиционирование распространяется на трудоспособную часть населения территории
3. позиционирование распространяется на население территории, имеющее высшее образование
4. позиционирование распространяется на все население территории
5. позиционирование распространяется на мононациональное население территории

7. Обыденный (предметный, конкретный) уровень восприятия связан (выберите один вариант):

1. с непосредственной деятельностью человека, когда получаемая информация может быть проверена индивидом лично или с помощью других людей, мнению и опыту которых он доверяет
2. с наличием влияния на деятельность человека феномена массового сознания, когда индивид получает информацию из СМИ или средств массовой коммуникации, обрабатывает ее с помощью стереотипов и не может проверить ее в данный момент лично
3. с наличием влияния на деятельность человека феномена коллективного бессознательного, обрабатываемого с помощью стереотипов
4. с наличием влияния на деятельность человека феномена индивидуального бессознательного, обрабатываемого с помощью стереотипов

8. Выберите определение, соответствующее технологии создания имиджа

1. заслуженное мнение общественности, связанное с реальной деятельностью PR-объекта
2. искусственно созданный миф, не всегда соответствующий мнению общественности о PR-объекте
3. информация, возникающая в результате заключения общественного договора PR-объектом
4. система сведений, сформированная рекламными сообщениями о PR-объекте

9. Серьезнейшее препятствие для взаимопонимания между гражданским обществом и государством в условиях информационного общества:

1. административные барьеры
2. информационный барьер
3. финансовый барьер
4. социально-экономический барьер
5. политические барьеры
6. этногеографические барьеры

10. Информационная парадигма в государственном управлении требует (выберите один вариант):

1. оптимального сочетания жестких административных инструкций и действий рационально-бюрократического аппарата

2. наращивания жестких административных инструкций и действий рационально-бюрократического аппарата
3. отказа от жестких административных инструкций и негибкости рационально-бюрократического аппарата
4. наращивания жестких административных инструкций
5. усиления вертикали рационально-бюрократического аппарата

11. Объектом государственной информационной политики как управленческой деятельности является (выберите один вариант):

1. социальная сфера общества
2. политическая сфера общества
3. экономическая сфера общества
4. финансовая сфера общества
5. информационная сфера общества

12. При реализации информационной политики один из индикаторов демократичности общества - это (выберите один вариант):

1. уровень защиты информационного ресурса от несанкционированного доступа
2. уровень развития информационного законодательства
3. уровень соблюдения баланса интересов отдельных социальных групп
4. уровень технического соответствия коммуникационных систем требованиям информационного общества

13. Цензура массовой информации в соответствии со ст.3 Федерального закона РФ «О СМИ» – это (выберите один вариант):

1. требование от редакции СМИ со стороны должностных лиц, государственных органов, организаций, учреждений или общественных объединений предварительно согласовывать сообщения и материалы
2. требование от редакции СМИ со стороны должностных лиц, государственных органов, организаций, учреждений или общественных объединений запрета на публикацию сообщений и материалов
3. требование от должностных лиц, государственных органов, организаций, учреждений или общественных объединений со стороны редакции СМИ незамедлительно давать доступ к необходимой информации
4. требование от руководителей общественных организаций незамедлительно давать доступ корреспондентам СМИ к необходимой информации

14. Цензура массовой информации со стороны должностных лиц и органов государственной власти в соответствии со ст.3 Федерального закона РФ «О СМИ» допускается случаях, когда:

1. должностное лицо является автором или интервьюируемым
2. должностное лицо участвует в пресс-конференции
3. должностное лицо участвует в общественных слушаниях
4. должностное лицо является учредителем СМИ

15. Стереотипный уровень восприятия связан (выберите один вариант):

1. с наличием феномена массового сознания, когда индивид получает информацию из СМИ или средств массовой коммуникации, обрабатывает ее исключительно с помощью стереотипов и не может проверить ее в данный момент лично

2. с непосредственной деятельностью человека, когда получаемая информация может быть проверена индивидом лично или с помощью других людей, мнению и опыту которых он доверяет
3. с наличием влияния на деятельность человека феномена коллективного бессознательного, обрабатываемого с помощью стереотипов
4. с наличием влияния на деятельность человека феномена индивидуального бессознательного, обрабатываемого с помощью стереотипов

16. Цензура массовой информации со стороны должностных лиц и органов государственной власти в соответствии со ст.3 Федерального закона РФ «О СМИ» (выберите один вариант):

1. не допускается никогда
2. допускается в тех случаях, когда должностное лицо является автором или интервьюируемым
3. допускается в тех случаях, когда необходимо обнаружить скрытые вставки в материалах СМИ, воздействующие исключительно на подсознание людей
4. допускается в тех случаях, когда необходимо запретить разглашение сведений, составляющих государственную тайну

17. Выберите главное отличие между «имиджем» и «репутацией», рассчитанное на тип сознания

1. имидж – продукт массового сознания, репутация – продукт обыденного сознания
2. имидж – продукт обыденного сознания, репутация – продукт массового сознания
3. имидж – продукт политической формы общественного сознания, репутация – продукт обыденного сознания
4. имидж – продукт экономической формы общественного сознания, репутация – продукт обыденного сознания

18. Выберите определение понятия «стереотип»

1. детализированное представление, вытекающее из собственного опыта, влияющее на восприятие и понимание явлений окружающей действительности
2. упрощенное представление, вытекающее из собственного опыта, влияющее на восприятие и понимание явлений окружающей действительности
3. упрощенное, заранее принятое представление, не вытекающее из собственного опыта, влияющее на восприятие и понимание явлений окружающей действительности
4. системное представление, вытекающее из собственного опыта, влияющее на восприятие и понимание явлений окружающей действительности

19. Средство массовой информации – это (выберите один вариант):

1. периодическое печатное издание, радио-, теле-, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации
2. распространение сообщений и материалов среди массовой аудитории профессиональное сообщество журналистов
3. поиск, получение, производство и распространение массовой информации
4. то же, что и издательская деятельность

20. Выберите определение термина «медиапланирование»

1. оптимальное планирование рекламного бюджета при выборе каналов размещения рекламы и информационных поводов
2. плановый процесс установления отношений со СМИ
3. составление плана проведения специальных мероприятий с привлечением СМИ
4. планирование стратегии PR-кампании
5. разработка календарного плана тактики PR-кампании

21. Выберите наиболее эффективный вариант ответной реакции на появление в СМИ негативных сведений об организации

1. формальный ответ
2. перехват инициативы
3. инстинктивная реакция отрицания
4. позиция «каменная стена»

22. Дайте определение термину «нюз- или пресс-релиз»

1. сообщение, подготовленное для СМИ, содержащее политическую новость
2. сообщение, подготовленное для СМИ, содержащее сообщение об изменении названия организации
3. сообщение, подготовленное для СМИ для руководителей организации
4. сообщение, подготовленное для СМИ, содержащее важную новость или полезную информацию для широкой аудитории

23. Свобода массовой информации гарантирована Конституцией РФ в...

1. Ст.26
2. Ст.29
3. Ст.9
4. Ст.12

24. Выберите вариант, содержащий три составляющих интеллекта:

1. сознание + интуиция + подсознание
2. сознание + память + подсознание
3. интуиция + подсознание + воображение
4. воображение + подсознание + словарный запас

25. Преимущество ТВ перед другими средствами массовой информации по силе воздействия на человека состоит в:

1. доступности (широкий охват аудитории)
2. оперативности подачи информации
3. использовании цифровых технологий
4. сочетании звука, цвета, движения

26. Позиционирование – это:

1. формирование модели мира целевой группы по отношению к субъекту информационной работы – органам ФНС
2. формирование модели мира целевой группы по отношению к объекту информационной работы – органам ФНС
3. формирование модели мира целевой группы по отношению к внешней среде информационной работы – органам ФНС
4. формирование модели мира целевой группы по отношению к элементу информационной работы – органам ФНС

27. Плановое взаимодействие органов ФНС со средствами массовой информации и массовой коммуникации должно происходить через систему:

- 1.важных поводов
- 2.плановых поводов
- 3.информационных поводов
- 4.любых поводов

28. Информационный повод – это информация о событии в форме новости, подготовленная с учетом двух особенностей:

1. редакционная политика конкретного СМИ + событие
2. редакционная политика конкретного СМИ + указания руководства
3. редакционная политика конкретного СМИ + стереотипы целевой группы
4. редакционная политика конкретного СМИ + ожидания налогоплательщиков

29.Сегментирование как элемент работы со СМИ – это:

- 1.деление населения на отдельные целевые группы в соответствии с одинаковыми потребностями
2. деление населения на отдельные целевые группы в соответствии с одинаковыми уровнями дохода
- 3.деление населения на отдельные целевые группы в соответствии с одинаковыми социальными статусами
4. деление населения на отдельные целевые группы в соответствии с одинаковыми политическими предпочтениями

30.Информационные поводы в зависимости от содержания делятся две группы:

1. политические + неполитические информационные поводы
2. естественные + искусственные информационные поводы
- 3.значимые + незначимые информационные поводы
- 4.государственные + негосударственные информационные поводы

Лицам, успешно освоившим дополнительную профессиональную программу повышения квалификации «Информационное сопровождение деятельности органов власти как форма связей государства с общественностью» и прошедшим итоговую аттестацию, выдается удостоверение установленного образца о повышении квалификации.

Проректор по учебной работе



И.В. Кожанова