МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ

ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

|  |  |
| --- | --- |
| **РАССМОТРЕНО**на заседании кафедры«Экономическая теория и государственное управление»Протокол № \_\_\_\_От «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_201\_ г. | **УТВЕРЖДАЮ**Заведующий кафедры«Экономическая теория и государственное управление»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Е.Н. Вишневская«\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 201\_ г. |

# МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

# К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

# И К САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ МАГИСТРАНТОВ

по учебной дисциплине вариативной части профессионального цикла

«**КОММУНИКАТИВНАЯ ПОЛИТИКА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОССЛУЖАЩЕГО**»

|  |  |
| --- | --- |
| Направление подготовки: | 38.04.04 «Государственное и муниципальное управление» |
| Магистерская программа: | «Государственное и муниципальное управление»

|  |
| --- |
| «Государственное управление экономикой» |

 |
| Программа:  | Магистратура |
| Форма обучения: | Очная, заочная |

Составитель:

проф. Рудченко Т.И.

УДК 35.076

Методические рекомендации к выполнению заданий практических занятий и самостоятельной работе магистрантов по учебной дисциплине «Коммуникативная политика в деятельности госслужащего» (для слушателей магистратуры государственного управления всех форм обучения) квалификационного уровня «магистр» направления подготовки 38.04.04 «Государственное и муниципальное управление», магистерская программа – « Государственное и муниципальное управление» /сост. Т.И. Рудченко. – Донецк: ДОННТУ. 2017. – 29 с.

Методические рекомендации к выполнению заданий практических занятий и самостоятельной работе магистрантов по учебной дисциплине «Коммуникативная политика в деятельности госслужащего» (для слушателей магистратуры государственного управления всех форм обучения) квалификационного уровня «магистр» направления подготовки 38.04.04 «Государственное и муниципальное управление», магистерская программа – «Государственное и муниципальное управление» разработано в соответствии с программой курса «Коммуникативная политика в деятельности госслужащего».

В методических рекомендациях предложены основные вопросы коммуникативной политики. Раскрыто содержание 10 тем, отражающих понятие и концепции коммуникативной политики. По каждой теме курса представлены содержание темы, план практических занятий, контрольные вопросы для самопроверки знаний, приведены вопросы для подготовки к зачету и список рекомендуемой литературы к изучению курса.

# *Составитель: Т.И. Рудченко, к.э.н., доцент кафедры экономической теории и государственного управления*

#  *ГОУВПО «ДОННТУ» (г. Донецк)*

*Ответственный за выпуск:* *Шумаева Е.Н. –заместитель директора института*

 *последипломного образования,*

*координатор магистратуры*

 *государственного управления,*

 *Донецкий национальный технический университет,*

 *к. гос. упр., доцент кафедры*

*«Менеджмент и хозяйственное право»*

*ГОУВПО «ДОННТУ» (г. Донецк)*

*Рецензенты: Хоменко Я.В.- доктор экономических наук,*

*профессор кафедры*

 *«Международная экономика»*

# *ГОУВПО «ДОННТУ» (г. Донецк)*

# *Е.Н. Вишневская, к.э.н., доцент, заведующий*

#  *кафедрой экономической теории*

# *и государственного управления*

#  *ГОУВПО «ДОННТУ» (г. Донецк)*

#  © Т.И. Рудченко

**Содержание**

Введение

Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям и самостоятельной работе слушателей магистратуры государственного управления

Тема 1. Необходимость проведения государственной коммуникативной политики, ее место, значение и функции в современных условиях

Тема 2. Общие положения теории коммуникации

Тема 3. Цели и функции коммуникации. Межличностная, групповая и массовая коммуникация

Тема 4. Коммуникативное взаимодействие органов государственной власти и общества

Тема 5. Коммуникативные технологии

Тема 6. Паблик рилейшенз в системе коммуникативной политики

Тема 7. Сущность, типы, функции и инструментарий формирования имиджа

Тема 8. Сущность, специфика и функции государственных паблик рилейшнз, джиар и лоббизма

Тема 9. Кризисные коммуникации в органах государственной власти

Тема 10. Информационные войны как войны коммуникативные

Вопросы для подготовки к зачету

Рекомендованная литература

**Введение**

Методические рекомендации к практическим занятиям и самостоятельной работе слушателей магистратуры государственного управления подготовлены согласно учебному плану направления подготовки 38.04.04 «Государственное и муниципальное управление», магистерской программы «Государственное и муниципальное управление» и в соответствии с рабочей программой учебной дисциплины «Коммуникативная политика в деятельности госслужащего».

Методические рекомендации к выполнению практических заданий и самостоятельной работе студентов по дисциплине «Коммуникативная политика в деятельности госслужащего» рассчитаны на приобретение теоретических знаний и практических навыков по вопросам коммуникационного взаимодействия в условиях стремительного и многомерного развития социальных процессов.

Учебный процесс включает также самостоятельную работу слушателей магистратуры государственного управления и является основным средством изучения учебного материала во время, свободное от обязательных учебных занятий.

Овладение знаниями дисциплины «Коммуникативная политика в деятельности госслужащего» закладывает основы системного научного мышления, глубокого понимания сущности коммуникационных процессов, происходящих в современном обществе. При этом в центре внимания учебного процесса находится развитие не столько репродуктивных, сколько продуктивных способностей студентов.

Целью методических рекомендаций по выполнению практических заданий и организации самостоятельной работы слушателей магистратуры государственного управления является помощь при изучении дисциплины «Коммуникативная политика в деятельности госслужащего» путем предоставления общего представления о структуре курса и содержании конкретных тем, определения основных теоретических вопросов для обсуждения на практических занятиях, предлагаемых контрольных вопросов, способствующих усвоению теоретического материала курса, списка рекомендуемой литературы.

Во время практических занятий слушатели магистратуры государственного управления подробно анализируют понимание проблем, которые ставила и ставит наука о коммуникативных процессах, учитывая различные факторы, закрепляют теоретические положения, приобретают умения и навыки индивидуального выполнения заданий в соответствии с поставленными задачами.

В процессе практических занятий происходит проверка усвоения слушателями магистратуры государственного управления полученных знаний путем изучения и усвоения предварительно подготовленного материала в виде контрольных вопросов для выявления степени овладения необходимых теоретических и практических положений. Вместе с тем, применяются такие формы аудиторной работы как опрос, анализ типичных ошибок, дискуссии. Подготовка к таким занятиям требует основательной теоретической и практической самостоятельной работы.

Самостоятельная работа это - это форма организации внеаудиторной деятельности слушателей магистратуры государственного управления, на которой происходит как формирование, так и отработка конкретных практических навыков, закрепление и развитие профессиональных компетенций в сфере управления коммуникациями.

Специфика самостоятельной работы состоит в том, что предлагаемые вопросы сопряжены с соответствующими темами учебной дисциплины и способствуют расширению знаний по тем или иным теоретическим аспектам управления коммуникациями.

Целью дисциплины «Коммуникативная политика в деятельности госслужащего» является**:** формирование у слушателей магистратуры государственного управления целостного представления о сущности коммуникативной политики как универсальной деятельности по изучению, проектированию, формированию и развитию коммуникационных систем, концепции управления изменениями посредством коммуникационных моделей, инструментов, технологий, методологии, особенностях государственной коммуникативной политики, определении ее места, значения и функций, специфике коммуникативного взаимодействия органов государственной власти и общества, коммуникативных технологий в современных условиях.

Задачи дисциплины - ознакомление с историей становления и развития коммуникативной политики; определение места, роли и функций управления коммуникациями в структуре современного научного знания и практической деятельности; изучение методик управления коммуникациями и технологии проведения коммуникационного исследования; рассмотрение специфических моделей взаимодействий между субъектами коммуникаций; поиск эффективных методов разрешения коммуникационных конфликтов; оценка разнообразия коммуникационных технологий в рекламе и связях с общественностью; разработка рекомендаций, способствующих решению сложных задач, стоящих перед современными руководителями; получение навыков по организации оптимального коммуникативного климата.

В результате освоения дисциплины слушатель магистратуры государственного управления должен

Знать:

* необходимость проведения государственной коммуникативной политики;
* роль, задачи и функции коммуникативной политики в государственном управлении;
* понятие коммуникации, возникновение и распространение коммуникации; модели коммуникации и коммуникативного акта;
* сущность государственной коммуникативной политики, ее элементы и уровни;
* каналы, методы и модели коммуникативного взаимодействия между государством и обществом;
* особенности и проблемы современной региональной государственной коммуникации;
* коммуникативные технологии;
* цели, функции, средства и результаты паблик рилейшнз;
* сущность, роль и типологии имиджа;
* GR как взаимодействие между организацией и органами государственной власти; лоббизм как инструмент GR;
* основные положения и значение кризисной коммуникации;
* анатомию информационной войны и ее методы;
* этапы развития теории и практики информационной войны.

Уметь:

* использовать теоретический материал для анализа проблем коммуникативной политики в деятельности госслужащего;
* делать обобщения в анализе проблем коммуникативной деятельности, выделять целевые группы и группы взаимодействия;
* разрабатывать коммуникативные проекты, подбирать необходимые методы и средства;
* содержательно разрабатывать коммуникативные мероприятия, проводить их с помощью медиасредств и без них;
* анализировать и осмысливать проводимую коммуникационную политику;
* вести дискуссии по проблемам управления коммуникациями.

Содержание методических рекомендаций по выполнению практических заданий и организации самостоятельной работы слушателей магистратуры государственного управления способствует усвоению конкретных знаний и практических навыков в постановке и обосновании целей управления коммуникациями и в мобилизации усилий для достижения этих целей, дает возможность принимать научно обоснованные решения.

**Методические рекомендации по подготовке**

**к практическим занятиям и самостоятельной работе слушателей магистратуры государственного управления**

Освоение программы дисциплины «Коммуникативная политика в деятельности госслужащего» предполагает активную творческую работу слушателей магистратуры государственного управления. Каждая тема должна быть в той или иной форме проработана.

Закрепление материала проводится на практических занятиях.

При подготовке к практическим занятиям рекомендуется следующий порядок работы.

1. Внимательно изучите основные вопросы темы и план практического занятия, определите место темы занятия в общем содержании и учебном плане изучения дисциплины, ее связь с другими темами.
2. Прочтите электронный вариант материалов для самостоятельного изучения по теме, найдите и проработайте соответствующие разделы в рекомендованных учебниках и дополнительной литературе.
3. После ознакомления с теоретическим материалом ответьте на контрольные вопросы для самопроверки.
4. Сформулируйте свое понимание сложившейся ситуации в изучаемой сфере управления коммуникациями, пути и способы решения проблемных вопросов.
5. Выявите дискуссионные вопросы и сформулируйте свою точку зрения на них, аргументируя ее.
6. Продумайте развернутые ответы на предложенные вопросы темы, опираясь на материалы для самостоятельного изучения, расширяя и дополняя их данными из практики управления, учебников, дополнительной литературы, материалов исследований и своего опыта.

В ходе практического занятия необходимо участвовать в обсуждении темы, высказывать свое мнение, отстаивать свою позицию, слушать и оценивать различные точки зрения, конструктивно полемизировать, находить точки соприкосновения разных позиций.

Во время самостоятельной работы слушатели магистратуры государственного управления подробно анализируют понимание проблем, которые ставила и ставит наука о проблемах коммуникационного взаимодействия, учитывая различные факторы, закрепляют теоретические положения, приобретают умения и навыки индивидуального выполнения заданий в соответствии с поставленными задачами.

В процессе самостоятельной работы происходит усвоение полученных знаний путем изучения материала, подготовки ответов на контрольные вопросы для выявления степени овладения слушателями магистратуры государственного управления необходимых теоретических и практических положений.

Результаты самостоятельной работы слушателей магистратуры государственного управления представляются как в процессе изучения учебной дисциплины (в виде инициативных дополнений к вопросам семинаров и практических занятий).

Специфика участия слушателей магистратуры государственного управления в самостоятельном изучении дополнительных вопросов учитывается преподавателем в ходе промежуточной аттестации.

Рекомендуется следующий алгоритм самостоятельной работы:

1. Внимательное изучение слушателями магистратуры государственного управления рекомендуемых вопросов в соответствии с планом изучения учебной дисциплины;
2. Самостоятельный поиск учебной и научной литературы, в источниках которой наиболее полно представлены вопросы для самостоятельной работы;
3. Получение консультации у преподавателя в связи с внесением тех или иных дополнительных вопросов (самостоятельно изученных студентом) в план семинара или практического занятия;
4. Согласование с преподавателем наиболее эффективных форм представления результатов самостоятельной работы слушателей магистратуры государственного управления.

**Тема 1. Необходимость проведения государственной коммуникативной политики, ее место, значение и функции в современных условиях**

Необходимость проведения государственной коммуникативной политики. Понятия «коммуникация» и «публичная политика». Лексемы «коммуникационный» и «коммуникативный» . Формирование коммуникативных механизмов взаимодействия граждан с органами государственной власти. Установление обратной связи публичного диалога органов власти и институтов гражданского общества.

История исследований в области коммуникаций, взаимоотношений власти и общества и коммуникативной политики. Бихевиористский, кибернетический, структурно-функциональный, собственно коммуникативистский методологические подходы.

Роль, задачи и функции коммуникативной политики в государственном управлении. Две модели информационных обменов.

**План практического занятия**

1. Необходимость проведения государственной коммуникативной политики
2. История исследований в области коммуникаций, взаимоотношений власти и общества и коммуникативной политики
3. Роль, задачи и функции коммуникативной политики в государственном управлении.

**Вопросы для самоконтроля**

1. Какие изменения происходят в плоскости «власть - общество» на современном этапе развития гражданского общества?
2. В чем состоит объективная необходимость проведения государственной коммуникативной политики?
3. В чем состоит различие терминов «коммуникационный» и «коммуникативный»?
4. Какие проблемы коммуникативного взаимодействия между органами государственной власти и общественностью существуют в настоящее время?
5. Есть ли преимущество публичного диалога органов власти и институтов гражданского общества и в чем оно состоит?
6. Может ли государственная коммуникативная политика стать основой новой управленческой философии?
7. Охарактеризуйте кратко историю исследований в области взаимоотношений власти и общества и коммуникативной политики.
8. Верно ли утверждение, что для гражданского общества характерно не принуждение, а добровольный выбор, не авторитет власти, а авторитет морали?
9. Как Вы понимаете тезис о «власти коммуникации» в современном обществе?
10. Какие методологические подходы можно выделить в развитии представлений о коммуникативных процессах?
11. Справедливо ли утверждение Ю. Хабермаса о том, что будущее за управлением с помощью коллективного разума?
12. Почему коммуникация в современном мире трактуется как важнейшая функция любой системы?
13. Верно ли, что коммуникация как составляющая государственного управления ничем не отличается от пропаганды?
14. Охарактеризуйте две модели информационных обменов: информационную и коммуникативную.
15. В чем заключаются основные задачи эффективной государственной коммуникативной политики?
16. Может ли коммуникативное взаимодействие стать «держателем баланса», помогающим «власти самостоятельно сдерживать власть»?
17. Какие основные функции выполняет государственная коммуникативная политика?
18. Какую роль играет коммуникативная политика в государственном управлении?

**Тема 2. Общие положения теории коммуникации**

Понятие коммуникации, возникновение и распространение коммуникации. Подходы к взаимосвязи понятий коммуникации и информации. Механистическая парадигма и деятельностная парадигма. Основные теории происхождения языка.

Модели коммуникации и коммуникативного акта. Механистические и немеханистические модели коммуникации. Линейные модели К.Шеннона и У. Уивера. Динамические теории коммуникации. Функциональная модель Р.О.Якобсона. Нелинейные модели коммуникации.

 Типология коммуникации. Единицы анализа коммуникации. Коммуникативные акты. Участники коммуникации. Вербальная и невербальная коммуникация.

**План практического занятия**

1. Понятие коммуникации, возникновение и распространение коммуникации.
2. Модели коммуникации и коммуникативного акта
3. Типология коммуникации. Единицы анализа коммуникации

**Вопросы для самоконтроля**

1. Зачем нужны знания основ коммуникативного процесса современному специалисту в сфере государственного управления?
2. Какие два противоположных подхода существуют в исследовании взаимосвязи коммуникации и информации?
3. Верно ли утверждение, что информация первична, а коммуникация вторична?
4. Как трактует коммуникацию механистическая парадигма и деятельностная парадигма?
5. Верно ли, что механистическая парадигма трактует коммуникацию как однонаправленный процесс кодирования и передачи информации от источника к приему информации получателем сообщения?
6. Существует ли коммуникация вне человеческого общества?
7. Какие Вы знаете основные теории происхождения языка?
8. Согласны ли Вы с утверждением Н. Хомского, что язык создан даже не столько для коммуникации, сколько для мышления?
9. Какие Вы знаете модели коммуникации?
10. Объясните основную формулу коммуникации Г. Д. Лассвелла.
11. Что следует отнести к элементам коммуникативного акта?
12. В чем суть линейных моделей коммуникации?
13. Почему линейные модели коммуникации относят к статичным?
14. Верно ли утверждение, что модель Якобсона учитывает включенного наблюдателя?
15. В чем состоит идея интертекстуальности и где сейчас она используется на практике?
16. Объясните знаменитое выражение У.Матурана: «Человек видит то, во что он верит».
17. Что относят к единицам коммуникации?
18. Могут ли общественные институты выступать в роли коммуникантов?
19. Что является предметом изучения семиотики? Какое отношение она имеет к коммуникативной теории?
20. Что относят к вербальным и невербальным средствам коммуникации?

**Тема 3. Цели и функции коммуникации.**

**Межличностная, групповая и массовая коммуникация**

Цели и функции коммуникации. Потребности как причины коммуникации. Способы классификации потребностей. Иерархические модели А. Маслоу, Ф. Герцберга, К. Альдерфера. Цели коммуникации. Функциональная характеристика коммуникативного акта. Эмотивная,  конативная, референтивная, фатическая, **эстетическая** метаязыковая функции. Прагматические функции коммуникативных актов.

Межличностная коммуникация, особенности невербальной коммуникации. Вербальная и невербальная эффективность деловой коммуникации. Кинесика. Жесты, мимика, положение тела, проксемика, тактильная коммуникация.

Групповая и массовая коммуникация. Основные типы групп. Характеристики группы. Факторы внутригрупповой коммуникации: роли; нормы; лидерство. Стадии коммуникативного процесса в становлении группы. Типы лидерства. Элементы коммуникативных навыков и коммуникативные правила. Массовая коммуникация, ее особенности. Формы массовых коммуникаций. Функции массовой коммуникации. Характеристики массовой коммуникации. Каналы массовой коммуникации.

Успешность коммуникации и коммуникативные навыки.  Коммуникативная цель, стратегия и тактика. Коммуникативное намерение и коммуникативный опыт. Требования к коммуникативным навыкам.

**План практического занятия**

1. Цели и функции коммуникации.
2. Межличностная коммуникация, особенности невербальной коммуникации
3. Групповая и массовая коммуникация
4. Успешность коммуникации и коммуникативные навыки

**Вопросы для самоконтроля**

1. Какие цели преследует коммуникативный акт?
2. Какие человеческие потребности удовлетворяются посредством коммуникации?
3. Какие функции коммуникации выделил Р.О. Якобсон?
4. Верно ли утверждение, что эмотивная функция - это не только сообщение самого факта, но также и выражение отношение к нему?
5. Согласны ли Вы с тем, что в процессе коммуникации происходит воздействие на адресата, формируется определенный характер взаимоотношений?
6. Какие прагматические функции коммуникативных актов являются самыми важными?
7. Что понимают под вербальной и невербальной коммуникацией? Какая из них более древняя?
8. Согласны ли Вы с утверждением, что только 7% информации приходит вместе со словами, а остальные 97 % воспринимаются людьми с помощью невербальных сигналов?
9. Имеют ли значение невербальные сигналы в деловой коммуникации?
10. Можно ли определить установки людей по манере сидеть или стоять, по набору жестов и отдельным движениям?
11. Имеют ли значение размеры личной пространственной территории в деловой коммуникации?
12. Какие конституирующие признаки группы и основные типы групп людей?
13. В чем проявляются основные и дополнительные цели объединения в группы?
14. Охарактеризуйте факторы внутригрупповой коммуникации.
15. Какие стадии коммуникативного процесса можно выделить в формировании группы людей?
16. В чем отличие основных типов лидерства?
17. Охарактеризуйте главные правила коммуникативного поведения в группе.
18. В чем отличие групповой и массовой коммуникации?
19. Каковы основные формы и функции массовых коммуникаций?
20. Какие требования к коммуникативным навыкам можно выделить как основные?

**Тема 4. Коммуникативное взаимодействие**

**органов** **государственной власти и общества**

Сущность государственной коммуникативной политики, ее элементы и уровни. Коммуникативное взаимодействие органов государственной власти и общественности. Принципы коммуникативного взаимодействия органов государственной власти и общественности. Субъекты коммуникации. Элементы государственной коммуникативной политики. Уровни коммуникативного взаимодействия.

Каналы, методы и модели коммуникативного взаимодействия между государством и обществом. Коммуникация через неформальные каналы. Коммуникация через организации. Коммуникация через средства массовой информации. Типология методов и приемов в процессе государственной коммуникации. Пропагандистские и маркетинговые методы. Варианты моделей коммуникативного взаимодействия органов государственной власти и общественности. Модель двусторонней симметричной коммуникации в форме диалога. Модель правового партнерства и диалога.

Современные тенденции и эффективность государственной коммуникации. Современные проблемы и задачи работы коммуникативных подразделений органов государственной власти и органов местного самоуправления. Коммуникационные требования к системе государственной службы.

Особенности и проблемы современной региональной государственной коммуникации.

**План практического занятия**

1. Сущность государственной коммуникативной политики, ее элементы и уровни.
2. Каналы, методы и модели коммуникативного взаимодействия между государством и обществом.
3. Современные тенденции и эффективность государственной коммуникации.
4. Особенности и проблемы современной региональной государственной коммуникации.

**Вопросы для самоконтроля**

1. В чем сущность государственной коммуникативной политики?
2. Какова роль коммуникативного взаимодействия органов государственной власти и общественности в построении общественного диалога?
3. Что означает принцип равнозначности действия органов государственной власти и общественной власти?
4. Какие институциональные структуры обеспечивают оптимизацию взаимодействия органов государственной власти и общественности?
5. Какова роль средств массовой информации как субъекта коммуникации в современном обществе?
6. Дайте характеристику элементов государственной коммуникативной политики.
7. Какие уровни коммуникативного взаимодействия существуют в процессе государственной коммуникативной политики?
8. Что может выступать в роли каналовгосударственной коммуникативной политики?
9. Согласны ли Вы с утверждением, что коммуникация через неформальные контакты или межличностное общение имеет значение в современных общественных системах и почему?
10. Какую роль выполняют «лидеры общественного мнения» (ЛОМы) в процесс транслирования и усвоения информации посредством массовых каналов?
11. Могут ли общественные организации, политические партии и сообщества опосредовать взаимоотношения между государственной системой и средой?
12. Верно ли утверждение, что типологию методов и приемов в процессе государственной коммуникации можно свести к двум типам: пропагандистским и маркетинговым методам?
13. Использует ли государство манипулятивные приемы, такие как дезинформация, диффамация, технология «белого шума» и др.?
14. Правильно ли отнести государственный паблик рилейшнз и политическую рекламу к технологиям маркетингового типа?
15. Какие варианты моделей коммуникативного взаимодействия органов государственной власти и общественности являются основными?
16. Охарактеризуйте современные тенденции государственной коммуникации.
17. Какие основные проблемы существуют в работе коммуникативных подразделений органов государственной власти и органов местного самоуправления?
18. Верно ли утверждение, что эффективность системы государственного управления напрямую зависит от оптимизации форм коммуникативного взаимодействия органов государственной власти и общественности?
19. Каким современным требованиям коммуникационного пространства должна соответствовать система государственной службы?
20. В чем проявляются особенности и проблемы современной региональной государственной коммуникации?

**Тема 5. Коммуникативные технологии**

Коммуникативные технологии, сущность, элементы, виды и методы. Понятие коммуникативных технологий. «Информационные операции». Составляющие коммуникативных технологий. Разновидности коммуникативных технологий. Методы коммуникативных технологий.

Пропаганда и предвыборная борьба как виды коммуникативных технологий. Основные законы и принципы пропаганды. Связь пропаганды и цензуры. Тоталитарная пропаганда. Демократическая пропаганда и ее основные черты. Критерии эффективной пропаганды. Коммутативные технологии в избирательных кампаниях. Предвыборная борьба как разновидность пропагандистской кампании и ее закономерности, временной интервал. Специфика избирательной кампании. Технологические этапы избирательной кампании. Паблик рилейшнз. Различия между паблик рилейшнз и пропагандой.

Перформанс. Разновидности перформансов и специфика. Флешмоб, его особенность, основные характеристики. Религиозные коммуникативные технологии. Технологии религиозной коммуникации. Агрессивный опыт современных сект.

**План практического занятия**

1. Коммуникативные технологии, сущность, элементы, виды и методы.
2. Пропаганда, избирательные кампании, паблик рилейшнз как виды коммуникативных технологий
3. Другие виды коммуникативных технологий (перформанс, флешмоб, религиозные технологии)

**Вопросы для самоконтроля**

1. В чем проявляется воздействие технологий в сфере коммуникационных процессов?
2. В чем состоит сущность коммуникативных технологий?
3. Верно ли утверждение, что в современном обществе коммуникативные технологии стали индустриальными способами организации коммуникативных процессов?
4. Что следует выделить в качестве элементов коммуникативных технологий?
5. Какие виды коммуникативных технологий Вы знаете?
6. Согласны ли Вы с утверждением, что коммуникативные технологии стремятся подчинить действительность, переводя человека из мира реального в мир идеальный, виртуальный?
7. Охарактеризуйте разновидности и основные методы коммуникативных технологий.
8. Что следует понимать под пропагандой, в чем ее специфика?
9. Возможна ли пропаганда без манипуляции смыслами?
10. Верно ли утверждение, что «теория большой лжи» стала фундаментом теории пропаганды нацистов?
11. Сформулируйте основные законы и принципы пропаганды.
12. Существует ли в современных обществах тоталитарная пропаганда?
13. В чем отличие тоталитарной и демократической пропаганды?
14. Определите основные критерии эффективной пропаганды.
15. В чем проявляется особенность белой, серой и черной пропаганды?
16. Объясните агрессивные технологии религиозной коммуникации современных сект и оцените их эффективность.
17. В чем проявляются основные закономерности коммутативных технологий в избирательных кампаниях?
18. Охарактеризуйте технологические этапы избирательной кампании.
19. В чем проявляются различия между паблик рилейшнз и пропагандой?
20. В чем состоит специфика проведения перфоманса и флешмоба?

**Тема 6. Паблик рилейшенз ( PR, связи с общественностью)**

**в системе коммуникативной политики**

Возникновение и развитие PR, сущность, субъекты и объекты PR.Сущность паблик рилейшенз. Элементы паблик рилейшенз. Сходство и различие паблик рилейшенз и рекламы. Субъекты паблик рилейшнз. PR-агентства, PR-подразделения в организациях, пиар-мены. Объекты PR. Общественное мнение и общественность. Типы групп общественности. Индекс приоритетности значения групп общественности. Жизненный цикл общественного мнения и его стадии.

Цели, функции, методы и результаты PR. Цели PR. Функции PR. Классификация методов паблик рилейшнз. Организация событий как важнейшее средство PR. Виды спецсобытий. Практическая эвентология и эвент-менеджмент. Специальные методы PR: спин-доктор, спонсорство, благотворительность, фандрейзинг, спичрайтинг, паблисити, «джинса», организация перфомансов. Результат деятельности PR

Области использования PR. Бизнес PR, политический PR, государственный PR, кризисный PR.Типовая PR – кампания, виды PR – кампаний. Внешняя и внутренняя аудитория PR. Виды рабочих PR -документов, используемых в работе со СМИ.

Коммуникационный комплекс RACE как основа проведения PR-кампаний. Составляющие RACE. Критерии оценкаи PR –проектов. Модели организации PR-кампании.

Основные направления деятельности современных PR. Развитие связей со СМИ. Медиа и бизнес события. Организация специальных и корпоративных мероприятий. Копирайтинг. Исследование. Информационно - аналитические услуги.

**План практического занятия**

1. Возникновение и развитие PR, сущность, субъекты и объекты PR
2. Цели, функции, средства (методы) и результаты PR.
3. Области использования PR. Типовая PR – кампания, виды PR – кампаний.
4. Коммуникационный комплекс RACE как основа проведения PR-кампаний.
5. Основные направления деятельности современных PR.

**Вопросы для самоконтроля**

1. В чем состоит сущность паблик рилейшенз?
2. Почему формирование PR соотносят с периодом зарождения массового общества?
3. Какие элементы деятельности включает паблик рилейшенз?
4. В чем проявляется сходство и в чем различие между PR и рекламой?
5. Дайте характеристику субъектов и объектов паблик рилейшнз.
6. Какие существуют подходы в дифференциации целевых групп общественности?
7. Как можно определить индекс приоритетности групп общественности для организации?
8. Что следует понимать под общественным мнением и кто его формирует?
9. Объясните цели и функции паблик рилейшнз.
10. Какие методы используются в деятельности паблик рилейшнз?
11. Какие виды специальных событий используются в паблик рилейшнз для привлечение внимания  общественности?
12. В чем специфика деятельности эвент-менеджера?
13. Объясните процедуру «спин доктор» как специфического метода паблик рилейшнз.
14. В чем состоит сущность методов фандрейзинг, спичрайтинг, паблисити и «джинса», используемых в деятельности паблик рилейшнз?
15. Какую роль выполняет государственный PR и в чем его особенность?
16. Дайте характеристику видов PR – кампаний.
17. Какие факторы определяют эффективную коммуникацию в деятельности паблик рилейшнз?
18. Какие виды рабочих PR -документов используются в работе со СМИ?
19. Дайте характеристику коммуникационного комплекса RACE и его составляющих.
20. Какие направления деятельности современных PR Вы можете определить?

**Тема 7. Сущность, типы, функции и инструментарий формирования имиджа**

Сущность и роль имиджа. Имидж как многоплановая категория. Различие понятий имиджа и репутации. Имиджелогия как наука и искусство. **Специфика работы имиджмейкера.** Главные задачи имиджмейкера. Объекты имиджа. Основные свойства имиджа.

Типология имиджа. Имидж человека и имидж организации. Типы имиджа. Объективный имидж. Субъективный имидж. Смоделированный имидж. Имидж человека. Персональный имидж. Профессиональный имидж. Символический имидж. Виды имиджа: средовой, габитарный, овеществленный, вербальный, кинетический, интеллектуальный.

Алгоритм формирования имиджа. Имидж организации. Понятие и значение использования «гудвилл». Имидж консервативной и творческой организации. Элементы имиджа организации. Требования к имиджу организации. Этапы создания и продвижения имиджа организации.

Функции и инструментарий формирования имиджа. Основные коммуникативные функции имиджа. Номинативная, эстетическая и адресная функции имиджа. Инструментарий формирования имиджа.

Кинетический и вербальный имидж.

**План практического занятия**

1. Сущность и роль имиджа.
2. Типология имиджа. Имидж человека и имидж организации.
3. Функции и инструментарий формирования имиджа.
4. Кинетический и вербальный имидж.

**Вопросы для самоконтроля**

1. Какую роль выполняет имидж?
2. Возможно ли влияние и манипулирование с помощью имиджа?
3. Тождественны ли понятия «имидж» и «репутация? Аргументируйте свой ответ.
4. Имиджелогию следует понимать как науку или как искусство?
5. В чем состоят задачи имиджмейкера?
6. Что может выступать в качестве объекта имиджа?
7. Верно ли утверждение, что имидж выступает разновидностью свернутого сообщения?
8. Какие типы имиджа можно выделить?
9. В чем отличие объективного и субъективного имиджа?
10. Охарактеризуйте виды имиджа отдельного человека.
11. Верно ли утверждение, что любой публичный человек имеет несколько имиджей: профессиональный, социальный, семейный, личностный?
12. Объясните алгоритм формирования имиджа.
13. Какой набор качеств присущ лидеру?
14. В чем особенность формирования имиджа организации?
15. Как Вы можете объяснить понятие «гудвилл» и как оно характеризует деятельность организации?
16. В чем отличие консервативной и творческой организации?
17. Какие главные требования к имиджу организации?
18. Объясните основные этапы создания и продвижения имиджа организации.
19. Объясните специфику кинетического и вербального имиджа.
20. В чем состоят основные коммуникативные функции имиджа?

**Тема 8. Сущность, специфика и функции**

**государственных паблик рилейшнз, джиар и лоббизма**

Сущность и функции государственных паблик рилейшнз. Диалогово - паритетный тип связей между органами власти и населением. Основные функции служб государственных PR. Причины частого отсутствия подразделений PR в госструктурах.

Разграничение сфер связей с правительством (Government Relations, GR), общественных связей (Public Affairs, РА) и адвокации (Advocacy).

GR как взаимодействие между организацией и органами государственной власти. Цель GR. Группы стейкхолдеров. Выстраивание отношений со стейкхолдерами. Задачи GR. Функции GR. Этапы программы GR. Методы воздействия GR на органы государственной власти. Основные модели GR. Тактические или стратегические потребности в GR.

Лоббизм как инструмент GR. Сущность лоббизма. Субъект и объект лоббирования. Особенности правового регулирования лоббизма в странах мира. Лоббирующая компания. Лоббистский контакт. Содержание лоббистской деятельности. Методы лоббирования. Технологии лоббирования. Законные и незаконные методы лоббирования. Позитивные и негативные последствия лоббизма.

**План практического занятия**

1. Сущность и функции государственных паблик рилейшнз (PR)
2. Разграничение сфер связей с правительством (Government Relations, GR), общественных связей (Public Affairs, РА) и адвокации (Advocacy).
3. GR как взаимодействие между организацией и органами государственной власти.
4. Лоббизм как инструмент GR.

**Вопросы для самоконтроля**

1. Почему в современных условиях возрастает роль государственных паблик рилейшнз?
2. В чем состоит сущность государственных паблик рилейшнз?
3. Какие подразделения и службы выступают в качестве механизма учета и согласования интересов власти и общественности?
4. Охарактеризуйте основные функции служб государственных паблик рилейшнз.
5. Какими причинами можно объяснить нередкое отсутствие подразделений PR в госструктурах?
6. Если ли отличие в деятельности «джиар» и лоббизм? Аргументируйте свой ответ.
7. Охарактеризуйте сферу деятельности «говернмент рилейшнз» ( GR).
8. Верно ли утверждение, что понятие « адвокация» (Advocacy) шире по сравнению с понятием «общественные связи» (Public Affairs)?
9. Какие цели преследует джиар и каковы его задачи?
10. В чем различие первичных и вторичных групп стейкхолдеров?
11. Охарактеризуйте основные функции и этапы программы джиар.
12. Какие существуют методы воздействия GR на органы государственной власти?
13. Какие различия двух моделей GR в связи с особенностями западных и восточных стран?
14. Могут ли лоббисты быть представителями органов государственной власти и состоять на государственной службе?
15. Кого относят к субъектам лоббирования и что может выступать в качестве объекта лоббирования?
16. Объясните особенности правового регулирования лоббизма разных стран.
17. В чем состоит содержание лоббистской деятельности?
18. Какие существуют методы и технологии лоббирования?
19. Что можно отнести к законным методам лоббирования, а что – к незаконным?
20. Какие позитивные и негативные последствия лоббизма?

**Тема 9. Кризисные коммуникации**

**в органах государственной власти**

Основные положения и значение кризисной коммуникации. Кризис как явление. ​​Типологизация кризисов согласно сценариям возможного решения. Кризисная коммуникация. Управление кризисами. Проблемы коммуникаций во время кризиса Выбор стратегии ведения переговоров во время и после кризиса как элемент антикризисного управления.

Подготовка к кризису и этапы кризисной коммуникации. План кризисной коммуникации. Требования к плану кризисной коммуникации. Этапы кризисной коммуникации.

Действия органов государственной власти до кризиса, во время кризиса и после кризиса. Порядок коммуникативных действий органов государственной власти в кризисной ситуации. Основные требования к кризисной коммуникации. Действия органов государственного правления после кризиса.

Спиндоктор в кризисной ситуации. Сущность и задачи спиндоктора. Типы спиндоктор. Цикл жизни события. Цикл работы спиндоктор.

**План практического занятия**

1. Основные положения и значение кризисной коммуникации.
2. Подготовка к кризису и этапы кризисной коммуникации.
3. Действия органов государственной власти до кризиса, во время кризиса и после кризиса.
4. Спиндоктор в кризисной ситуации.

**Вопросы для самоконтроля**

1. Что означает понятие «управление кризисами»? Можно ли вообще управлять кризисами?
2. Существуют ли особенности коммуникаций для кризисных условий?
3. Верно ли утверждение, что во время кризиса ситуация изменяется так, что предыдущие каналы и методы осуществления коммуникаций оказываются неэффективными?
4. В чем значение кризисных коммуникаций в современных условиях?
5. Верно ли утверждение, что большинство кризисов разворачивается в форме всеобщего информационного дефицита?
6. В чем главная задача антикризисной коммуникативной стратегии?
7. Что означает «ложная рационализация» и как она проявляется в условиях спонтанного развертывания кризисных явлений при отсутствии рационального объяснения ситуации?
8. Как должна подаваться негативная информация во время кризиса?
9. Охарактеризуйте ​​типологизацию кризисов согласно сценариям возможного решения.
10. Какие три группы деятельности можно выделить в работе по кризисной коммуникации?
11. Почему типичные, шаблонные решения в период кризиса оказываются неэффективными?
12. Что должен содержать план кризисной коммуникации?
13. Охарактеризуйте этапы кризисной коммуникации.
14. Объясните порядок коммуникативных действий органов государственной власти в кризисной ситуации.
15. Какими должны быть действия органов государственной власти после кризиса?
16. Какие существуют главные требования к кризисной коммуникации?
17. Как Вы можете объяснить фразу: спиндоктор «лечит» событие?
18. Охарактеризуйте цикл жизни события в новостной плоскости.
19. Какие типы работы спиндоктор используются в кризисных коммуникациях?
20. Какие элементы работы содержит цикл спиндоктор?

**Тема 10. Информационные войны как войны коммуникативные**

Информационные войны как новое явление современного мира. Сущность и генезис понятия «информационная война». Коммуникативная характеристика информационной войны. Цель информационной войны. Киберпространство и социальные медиа как поле действия информационной войны. Информационные операции. Государственный и военный уровень информационной войны.

 Анатомия информационной войны и ее методы. Информационная война как интеграция электронной войны, кибервойны и психологических операций. Кибератаки. Психические атаки. Методы информационной войны.

 Этапы развития теории и практики информационной войны.

Роль когнитивного пространства в информационной войне. Информационная война как война нарративов. «Вооруженные нарративы».

Дезинформация как часть арсенала информационной войны. Характеристики дезинформации. Стратегия дезинформации. Способы дезинформации. Этапы стратегии дезинформации. Противодействие дезинформации.

**План практического занятия**

1. Информационные войны как новое явление современного мира.
2. Анатомия информационной войны и ее методы.
3. Этапы развития теории и практики информационной войны
4. Роль когнитивного пространства в информационной войне.
5. Дезинформация как часть арсенала информационной войны.

**Вопросы для самоконтроля**

1. Каким образом развитие информационных технологий открывает новые возможности для преднамеренного влияния на противника?
2. В чес состоит сущность информационной войны?
3. Может ли информация стать оружием массового поражения?
4. Какое отношение информационная война имеет к коммуникативным процессам?
5. Какие цели преследует информационная война?
6. Какие события стали импульсом для активного изучения проблем информационного противоборства?
7. Дайте характеристику ведения информационной войны на двух уровнях: государственном и военном.
8. Каким образом можно описать анатомию информационной войны?
9. Верно ли утверждение, что информационную войну можно представить как интеграцию электронной войны, кибервойны и психологических операций?
10. Какие существуют основные методы ведения информационной войны?
11. Какие этапы развития теории и практики информационной войны можно выделить?
12. Почему специалисты утверждают, что в информационной войне самым слабым местом на поле боя является мозг солдата?
13. В чем отличие кибервойны и сетевой войны?
14. Почему в эпоху информационных войн растет значение социальных наук?
15. Какие виды пространства охватывает информационная война?
16. Какую роль играет когнитивное пространство в информационной войне?
17. Как следует понимать термин «вооруженный нарратив» и какое значение он имеет в информационном противостоянии?
18. В чем суть и стратегия дезинформации?
19. Какие существуют этапы распространения дезинформации?
20. Есть ли способы противостоять потоку дезинформации? Обоснуйте свой ответ.

**Вопросы для подготовки к зачету**

1. Необходимость проведения государственной коммуникативной политики
2. История исследований в области коммуникаций, взаимоотношений власти и общества и коммуникативной политики
3. Роль, задачи и функции коммуникативной политики в государственном управлении.
4. Понятие коммуникации, возникновение и распространение коммуникации.
5. Основные теории происхождения языка.
6. Линейные модели коммуникации К.Шеннона и У.Уивера.
7. Динамические теории коммуникации.
8. Функциональная модель Р.О.Якобсона.
9. Нелинейные модели коммуникации.
10. Типология коммуникации. Единицы анализа коммуникации
11. Вербальная и невербальная коммуникация.
12. Цели и функции коммуникации.
13. Потребности как причины коммуникации
14. Межличностная коммуникация, особенности невербальной коммуникации
15. Групповая и массовая коммуникация
16. Успешность коммуникации и коммуникативные навыки.
17. Требования к коммуникативным навыкам.
18. Сущность государственной коммуникативной политики, ее элементы и уровни.
19. Принципы коммуникативного взаимодействия органов государственной власти и общественности.
20. Типология методов и приемов в процессе государственной коммуникации.
21. Каналы, методы и модели коммуникативного взаимодействия между государством и обществом.
22. Современные тенденции и эффективность государственной коммуникации.
23. Коммуникационные требования к системе государственной службы.
24. Особенности и проблемы современной региональной государственной коммуникации.
25. Коммуникативные технологии, сущность, элементы и виды.
26. Методы коммуникативных технологий.
27. Пропаганда, избирательные кампании, паблик рилейшнз как виды коммуникативных технологий
28. Тоталитарная пропаганда и демократическая пропаганда, их основные черты.
29. Критерии эффективной пропаганды.
30. Коммутативные технологии в избирательных кампаниях.
31. Специфика избирательной кампании. Технологические этапы избирательной кампании. Паблик рилейшнз. Различия между паблик рилейшнз и пропагандой.
32. Перформанс. Разновидности перформансов и специфика.
33. Флешмоб, его особенность, основные характеристики.
34. Религиозные коммуникативные технологии.
35. Возникновение и развитие PR, сущность, субъекты и объекты PR
36. Цели, функции, средства (методы) и результаты PR.
37. Области использования PR. Типовая PR – кампания, виды PR – кампаний.
38. Коммуникационный комплекс RACE как основа проведения PR-кампаний.
39. Основные направления деятельности современных PR.
40. Сущность и роль имиджа
41. Типология имиджа.
42. Имидж человека и имидж организации.
43. Алгоритм формирования имиджа.
44. Функции и инструментарий формирования имиджа
45. Основные коммуникативные функции имиджа
46. Кинетический и вербальный имидж
47. Сущность и функции государственных паблик рилейшнз (PR)
48. Разграничение сфер связей с правительством (Government Relations, GR), общественных связей (Public Affairs, РА) и адвокации (Advocacy).
49. GR как взаимодействие между организацией и органами государственной власти.
50. Цель, задачи и функции GR.
51. Лоббизм как инструмент GR.
52. Сущность лоббизма. Субъект и объект лоббирования.
53. Особенности правового регулирования лоббизма в странах мира.
54. Методы лоббирования. Технологии лоббирования.
55. Законные и незаконные методы лоббирования.
56. Позитивные и негативные последствия лоббизма.
57. Основные положения и значение кризисной коммуникации.
58. Кризисная коммуникация. Управление кризисами.
59. Требования к плану кризисной коммуникации.
60. Подготовка к кризису и этапы кризисной коммуникации.
61. Коммуникационные действия органов государственной власти до кризиса и во время кризиса.
62. Коммуникационные действия органов государственного правления после кризиса.
63. Спиндоктор в кризисной ситуации.
64. Информационные войны как новое явление современного мира.
65. Киберпространство и социальные медиа как поле действия информационной войны.
66. Анатомия информационной войны и ее методы.
67. Этапы развития теории и практики информационной войны.
68. Методы информационной войны.
69. Роль когнитивного пространства в информационной войне.
70. Информационная война как война нарративов.
71. Дезинформация как часть арсенала информационной войны.
72. Характеристики дезинформации.
73. Стратегия дезинформации. Способы дезинформации.
74. Этапы стратегии дезинформации.
75. Противодействие дезинформации.

**ЛИТЕРАТУРА**

1. Аронсон Э., Пратканис Э.Р. Эпоха пропаганды: Механизмы убеждения, повседневное использование и злоупотребление. Перераб. изд. – СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2003.- 472 с.
2. Бард А., Зодерквист Я. NETOKРАТИЯ. Новая правящая элита и жизнь после капитализма. - Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2004.
3. Балынская Н**.**Коммуникативные риски в сфере управления / Н. Балынская // Гос. служба. - 2008. - № 5. - С. 121 - 136.
4. Беззубцев С. Слухи, которые работают на вас. – СПб.: Питер, 2003.
5. Беленко В.Е. Имиджелогия: стратегии и тактики имиджевой коммуникации. Новосибирск: НГТУ, 2010.- 138 с.
6. Бессонов, Б.Н. Пропаганда и манипуляция / Б.Н. Бессонов // Реклама: внушение и манипуляция. Медиаориентированный подход / сост. Д.Я. Райгородский. - Самара: Изд-во Бахрах-М, 2001. - С. 704.
7. Балынская Н. Коммуникативные риски в сфере муниципального управления  // Государственная служба. -2008. - № 5. -С. 126-130.
8. Бернейс Э. Манипуляция общественным мнением: как и почему / Э. Бернейс // Полис (Политические исследования). - 2012. - № 4. - С. 149-159.
9. Бодрунова С. Современные стратегии британской политической коммуникации. – М.: Издательство КМК, 2010.
10. Брыкин А. Взаимодействия с органами государственной власти, или Government Relations в России. М. - Наука.- 2013.
11. Бурстин Д. Имидж. - СПб.: Питер, 2000. - 216 с.
12. Васильев В.В. Мифологизация массового сознания - к вопросу о философии и методологии исследования проблемы // Историческая социально-образовательная мысль. 2009. № 1. С. 25-36.
13. Воробьев Ю. Л.Коммуникативный диалог общества и власти: монография / Ю. Л. Воробьев. - Иркутск: Изд-во Иркут. гос. ун-та, 2007. - 456 с.
14. Войтович Р. В. Механізми реалізації зв’язків з громадськістю в державному управлінні : навч. посіб. – К. : Вид-во НАДУ, 2007. – 72 с.
15. Винокуров И., Гуртовой Г. Психотронная война: От мифов – к реалиям. – М.: Мистерия.- 1993.
16. Выборы президента США - мастер-класс по PR и репутационным технологиям: их роль в развитии корпоративной культуры / // Кадры предприятия. -2009. -№ 2. -С. 71-80.
17. GR: теория и практика: Учебник под ред. И. Е. Минтусова, О.Г. Филатовой. СПб. Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2013.
18. Галлин Д. Современные медиасистемы: три модели отношений СМИ и политики / Д.Галлин, П.Манчини; пер. с англ. В Насик. - М.: Наука, 2008. - 320 с.
19. Горчакова В.Г. Имидж. Искусство и реальность. М.: ЮНИТИ, 2012.- 279 с.
20. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: Учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. – 329 с.
21. Дебор Г. Общество спектакля. Пер. с фр. / Перевод C. Офертаса и М. Якубович. М.: Издательство «Логос» 2000. – 224 с.
22. Дилтс Р. Фокусы языка. Изменение убеждений с помощью НЛП / Р.Дилтс - СПб. : Питер, 2001. - 320 с.
23. Запровадження комунікацій в суспільстві / за заг. ред. Н. К. Дніпренко, В. В. Різуна. – К. : ТОВ «Вістка», 2009. – 56 с.
24. Ібрагімова І. Технологія інформаційної взаємодії в процесі прийняття рішень / І. Ібрагімова // Вісн. УАДУ. - 2000. - № 3. - С. 442-448.
25. Информационное сопровождение политических переговоров: виртуальные технологии успеха / // Вестник Московского университета. - 2009. -№ 1. -С. 51-62.
26. Информационный лоббизм как особый тип коммуникативных связей / // Власть. -2008. -№ 11. -С. 98-101.
27. Каневский Макс. Мобильный дозор.  OSMыSливая политику. – М.: Издательство «Европа», 2006. – 160 с.
28. Кастельс М. Становление общества сетевых структур // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / Под ред. В.Л. Иноземцева. М., 1999.
29. Кастельс М. Могущество самобытности // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / Под ред. В.Л. Иноземцева. М., 1999.
30. Кара-Мурза. С. Манипуляция сознанием. - М.: Алгоритм, 2000.
31. Катлип С.М. Паблик рилейшнз.- М., 2000.- 624 с.
32. Кинякин А. А., Матвеенков Д. О. Government relations как форма общественно-политической и бизнес коммуникации: к определению понятий // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. - № 1. - 2009.
33. Коданина А.Л. Связи с общественностью в органах государственной власти и управления // Социология власти. - 2010.- №2. - С. 218 - 227.
34. Комунікації в державних інституціях : метод. рек. / уклад. С. О. Борисевич. - К. : НАДУ, 2009. - 32 с.
35. Корнеева Е.И. Формирование государственной политики в области управления связей с общественностью: ключевые подходы и приоритетные направления / // Социология власти. - 2007. -№ 5. -С. 91-96.
36. Кохан А.І. Державна комунікативна політика – механізм ефективної діяльності інституту публічної влади в Україні // Вісник НАДУ «Держвне управління: теорія та практика». - 2011. - №1. - С. 2-8.
37. Кузнецов Д.В. Роль современных коммуникаций в формировании массового сознания // Философия и общество. -2004.- № 3.- С. 52-71.
38. Кулакова Т. А. Government Relations в процессе принятия политических решений // Политическая экспертиза. - 2005. - № 2.  - С. 226.
39. Липпман Уолтер. Общественное мнение / М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004.- 384 с.
40. Лиллекер Д. Политическая коммуникация. Ключевые концепты / Д.Лиллекер; пер. с англ. С.И.Остнек - Х.: Изд-во «Гуманитарные Центр», 2010. – 300 с.
41. Логинов [Технологии управления](http://pandia.ru/text/category/tehnologii_upravleniya/): [учебное пособие](http://pandia.ru/text/category/uchebnie_posobiya/). – М.: КНОРУС, 2008.
42. Макаров М.Л. Основы теории дискурса.- М.: ИТДГТ «Гнозис», 2003.- 280 с.
43. Манойло А. В. Государственная информационная политика в условиях информационно- психологической войны. – М.- 2012.
44. Нестерчук О.А. Сопряжение мифологического образа и политической реальности в политико-коммуникационном пространстве // Человеческий капитал.- 2012.- №5 (41).
45. Новикова И. Социальные сети как пространство политических коммуникаций (мировой опыт). – LambertAcademic Publishing, 2011.
46. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. -М.,1996.- 352 с.
47. Ольшанский Д.В. Психология масс. СПб.: Питер, 2001. - 368 с.
48. О целесообразности информационной активности политической элиты современной России / // Власть. - 2008. -№ 7. - С. 83-86.
49. Павлютенкова М.Ю. Политические коммуникации в условиях глобального информационного пространства / // Теория и практика общественно-научной информации. – 2004. – № 19. – С. 107-126.
50. Панасюк А. Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники. - М.: «Омега-Л». - 2007. - 266 с.
51. Панарин И.Н. Информационная война и коммуникации. – М.: Горячая линия Телеком, 2014.
52. Пономарев, Н. Ф. Политические коммуникации и манипуляции : [учеб. пособие] / Н. Ф. Пономарев .- М. : Аспект Пресс- 2007. - 130 с.
53. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. – М.: Академия Смартбук, 2009.- 656 с.
54. ПочепцовГ.Г. Психологические войны*. –*М*.:*Рефл-бук; К.: Ваклер*,* 2000*.-* 528 с.
55. Почепцов Г.Г. Информация & дезинформацияя. - К*.:*Ника*-*Центр*,*2001*. -* 256 с.
56. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. – М., 2001. – 622 с.
57. Почепцов P.P. Имиджелогия. – М- К.: Рефл-бук. Ваклер, 2001.- 699 с.
58. Почепцов Г. От Facebook'у и гламура к Wikileaks: медиакомуникации / Г.Почепцов. - М.: Наследие, 2012.
59. Розанова Н.Н. Формирование имиджа и репутации органов [государственного управления](http://pandia.ru/text/category/gosudarstvennoe_upravlenie/) в массовом коммуникационном процессе / // Век качества. – 2009. – № 6. – С. 30-31.
60. Работа со СМИ в условиях вооруженного конфликта: опыт США / // США. Канада. Экономика - политика - культура. -2010. -№ 3. -С. 57-72.
61. Русаков А. Ю. Связи с общественностью в органах государственной власти. Учебное пособие. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2006. – 224 с.
62. Самые успешные PR-кампании в мировой практике: Пер. с англ. – М.: Консалтинговая группа «ИМИДЖ-Контакт», ИНФРА- М, 2002.
63. Сухотерин Л., Юдинцев И. Информационная работа в [государственном аппарате](http://pandia.ru/text/category/gosudarstvennij_apparat/). – М.: Издательство «Европа», 2007.
64. Связи с общественностью: теория и технологии : учебник для вузов / Ин-т гуманитарного образования. -2-е изд., доп. и перераб. - М.: Аспект Пресс, 2007.
65. Современный коммуникативный процесс: формирование многосторонней электронной коммуникации // Правовая политика и правовая жизнь. -2010. -№ 2.
66. Современный процесс коммуникации органов исполнительной власти и общества: отечественный и зарубежный опыт // Политика и общество. -2010. -№ 7 (73). -С. 42-51.
67. Связи с общественностью. Теория и практика : учебник для студентов вузов / Московский государственный университет .[6-е изд.]. - М.: Дело, 2010.
68. Соколова А.Э. Репутационный капитал государства: проблема интерпретации термина в современной политической науке // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики.- 2012. - №10-1.
69. Татаринова Г.Н. Управление общественными отношениями. Учебное пособие. - СПб.: Питер, 2004. - 172 с.
70. Толстых П. А. [Субъектный состав лоббизма и Government Relations](http://lobbying.ru/Dokuments/VAKTolstykh.pdf). GR - связи с государством. Теория, практика и механизмы взаимодействия бизнеса и гражданского общества с государством. Учебное пособие. Под ред. Л. В. Сморгунова, Л. Н. Тимофеевой. - М.: РОССПЭН, 2012. - 407 с.
71. Тоффлер Э. Шок будущего: Пер. с англ. / Э. Тоффлер. - М.: ООО «Издательство АСТ», 2004. – 557с.
72. Управление общественными отношениями: учебное пособие для студентов вузов / [авт. кол.: Ю.К. Федулов, А.А. Давыдова, В.В. Носов и др.]; под ред. Ю.К. Федулова. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011. - 153 с.
73. Уебстер Ф. Теории информационного общества: /Френк Уэбстер; [пер. с англ.]; под ред. Е. Л. Вартановой. - М.: Аспект Пресс, 2004.
74. Федякин А.В. Политика формирования позитивного образа государства: (вопросы теории) / // Вестник Московского университета. - 2010. -№ 3. - С. 11-24.
75. Федулова В.В. Информационные и коммуникационные технологии в контексте политики // Вестник Московского государственного гуманитарного университета им. М.А. Шолохова. История и политология. - 2011. - №1.
76. Холод О.М. Основы имиджелогии.- К., 2002.- 88 с.
77. Шампань П. Делать мнение: новая политическая игра. - Пер. с фр. М.: Socio-Logos, 1997.
78. Шарков, Ф.И. Паблик рилейшнз: учебник для студентов вузов / Ф.И. Шарков. -5-е изд. – М.: Дашков и К, 2012. – 332 с.
79. Шилина С. Коммуникативные технологии в системе отношений государства и общества // Власть. - 2013. - № 2. - С. 43-46.
80. Шпортько О. Поле публичной политики /// Политический менеджмент. – 2010. – № 5 (44). – С. 90-96.

Методические рекомендации к выполнению заданий практических занятий и самостоятельной работе студентов по учебной дисциплине

 «Коммуникативная политика в деятельности госслужащего» (для слушателей магистратуры государственного управления всех форм обучения) квалификационного уровня «магистр» направления подготовки 38.04.04 «Государственное и муниципальное управление», магистерская программа - Государственное и муниципальное управление

1,1 п.л.

Составитель:

кандидат экономических наук, доцент Т.И. Рудченко

Рецензенты:

Хоменко Я.В.- доктор экономических наук, профессор кафедры

«Международная экономика» ГОУВПО «ДОННТУ» (г. Донецк)

# Е.Н. Вишневская, к.э.н., доцент, заведующий кафедрой экономической теории и государственного управления ГОУВПО «ДОННТУ» (г. Донецк)

# Ответственный за выпуск:

Шумаева Е.Н. –заместитель директора института последипломного образования,

координатор магистратуры государственного управления,

Донецкий национальный технический университет,

к. гос. упр., доцент кафедры

«Менеджмент и хозяйственное право»

ГОУВПО «ДОННТУ» (г. Донецк)