

## Аннотация дисциплины «Взаимодействие со средствами массовой информации»

---

В современном мире происходят масштабные и динамичные процессы, в эпицентре которых находится государство. Его роль значительна, хотя и весьма подвижна. Государственное управление несет основную публичную нагрузку, обеспечивая устойчивое развитие экономической и социальной сфер и растущие в обществе потребности в ресурсах. От него во многом зависят реальные гарантии прав и законных интересов граждан, частных лиц и юридических лиц - в широком смысле, а также безопасность страны. Государственное управление призвано своевременно и правильно отвечать на вызовы внутри и вне страны.

В результате освоения данной дисциплины государственные гражданские служащие инспекций и управлений ФНС России получают обновление знаний и развитие компетенций специалистов по вопросам информационной политики налоговых органов, развитие компетенций специалистов по организации работы налоговых органов со средствами массовой информации и коммуникации.

**Целью** изучения дисциплины «Взаимодействие со средствами массовой информации» является формирование новых и развитие ранее приобретенных профессиональных компетенций государственных гражданских служащих налоговых органов, в обновлении знаний и совершенствовании навыков решения профессиональных задач, отражающих особенности основных направлений организации работы с налогоплательщиками, а также в укреплении интереса к выбранной профессии массовой информации.

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

- 1) создание условий для трансформации учебно-познавательной деятельности слушателей в профессиональную деятельность служащих налоговых органов;
- 2) дополнение имеющихся базовых знаний по основным направлениям организации работы с налогоплательщиками, их закрепление, обобщение и систематизация;
- 3) содействие формированию и развитию умений, навыков, способностей, профессионально личностных качеств сотрудников ФНС России, необходимых для решения профессиональных задач по основным направлениям организации работы с налогоплательщиками;
- 4) ознакомление слушателей с современными технологиями формирования имиджа органов ФНС как органов государственного управления;
- 5) рассмотрение коммуникационных ресурсов информационного общества как базы для реализации репутационных стратегий ФНС России;
- 6) формирование социально-ценностных ориентаций, чувств и эмоций, развитие стремления к непрерывному профессиональному совершенствованию.

В связи с тем, что структурные преобразования и технический прогресс вносят значительные изменения в характер труда, предъявляя к сотрудникам налоговых органов более высокие требования, увеличивая экономическую и социальную значимость результатов их деятельности, дисциплина

«Взаимодействие со средствами массовой информации» занимает важное *место* в процессе обновления и закрепления профессиональных знаний и овладения навыками государственного управления.

Процесс изучения данной дисциплины направлен на развитие следующих компетенций.

*Общекультурные компетенции:*

- обладание высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности;
- способность и готовность к личностному и профессиональному самосовершенствованию, саморазвитию, саморегулированию;
- способность к формированию, поддержанию и использованию конструктивных общефизических и социально-психологических ресурсов, необходимых для здорового образа жизни.

*Профессиональные компетенции:*

- способность и готовность использовать знание методов и теорий психологической науки в практике профессиональной деятельности;
- коммуникативная компетенция как способность грамотно и убедительно подготовить публичное выступление;
- когнитивная компетенция как готовность к повышению образовательного уровня, потребность к актуализации и реализации своего личностного потенциала, способность самостоятельно приобретать новые знания и умения, способность к саморазвитию.
- владение методами самоорганизации рабочего времени, рационального применения ресурсов.

*знать:*

- актуальные вопросы законодательного регулирования деятельности налоговых органов в части взаимодействия налоговых органов со средствами массовой информации и коммуникации в условиях формирования информационного общества в РФ;
- Конституцию РФ, Федеральные конституционные законы, Федеральные законы, указы Президента РФ, Постановления Правительства РФ и иные нормативно-правовые акты применительно к сфере реализации информационной политики органами ФНС России;
- концепции государственной информационной политики как одной из сфер государственного управления;
- основы правового обеспечения деятельности органов государственной власти в сфере формирования информационного пространства;
- правовые и этические аспекты деятельности СМИ в информационном пространстве;
- принципы позиционирования органов ФНС как органов государственной власти в Интернете и социальных сетях;
- современные подходы и технологии взаимодействия органов ФНС со средствами массовой информации;

– современные технологии формирования информационной среды с применением системной методологии, в том числе целевые установки, ресурсные аспекты, системокомплекс управленческих средств;

– стратегии и технологические аспекты имиджевой и репутационной политики органов ФНС на современном этапе;

– сущность и значение информации в профессиональной деятельности государственных гражданских служащих;

– сущность и значение управления связями с общественностью в профессиональной деятельности государственных гражданских служащих органов ФНС;

*уметь:*

– анализировать и правильно применять положения нормативно-правовых актов по вопросам взаимодействия налоговых органов со средствами массовой информации и коммуникации;

– использовать приобретенные знания для защиты прав и свобод граждан, а также законных интересов общества и государства;

– выявлять возможности ресурсного обеспечения деятельности органов ФНС в сфере управления связями с общественностью;

– на базе правовых норм анализировать эффективность деятельности налоговых органов в сфере массовой информации и массовой коммуникации;

– оперировать правовыми понятиями и категориями, определяющими деятельность органов ФНС в сфере массовой коммуникации;

– осуществлять управленческую деятельность с использованием современных социальных технологий, в том числе в информационной среде

– разрабатывать и аргументировать предложения, направленные на повышение эффективности деятельности государственных органов и государственных организаций в информационной среде;

*владеть навыками:*

– анализа информационной среды и материалов СМИ для понимания процессов и явлений, происходящие в обществе;

– подготовки моделей взаимодействия налоговых органов со СМИ

– практической реализации информационных задач, стоящих перед органами государственного управления в условиях реализации «Стратегии информационного общества в РФ», в том числе в сфере управления связями с общественностью и формирования положительного имиджа органов ФНС;

– создания информационных проектов в рамках системного подхода к применению имиджевых и репутационных технологий органов ФНС в современных условиях;

– формирования информационного сопровождения деятельности органов государственной власти с системных позиций

В зависимости от категории слушателей и направления их деятельности и обучения дисциплина «Взаимодействие со средствами массовой информации» представлена в учебно-тематических планах следующими темами:

1. Вводное занятие. PR, GR, RM – основные понятия, история, международная практика и особенности использования в РФ
2. Репутационный менеджмент как управленческая деятельность: цели, задачи, технологии
3. Имидж и репутация органов государственной власти. Персональный имидж государственных служащих органов ФНС России
4. Составляющие имиджа и технологии формирования имиджа. Стереотип и массовое сознание как основа формирования имиджа.
5. Вербальный имидж как основа эффективной коммуникации государственных гражданских служащих. Приемы построения убеждающей речи.
6. Репутационный менеджмент и социальная ответственность. Стратегия и технологии формирования и управления репутацией. Методы поддержания доверия к органам государственной власти как основы устойчивого развития государства.  
Система ценностей, миссия, использование современных возможностей Интернет-ресурса и социальных сетей в репутационном менеджменте. Стратегическая карта ФНС России.
7. Система ценностей, миссия, использование современных возможностей Интернет-ресурса и социальных сетей в репутационном менеджменте. Стратегическая карта ФНС России
8. СМИ как ресурс взаимодействия органов ФНС России с налогоплательщиками
9. Формирование и развитие имиджа представителя налоговой службы. Имиджевый и репутационные стратегии органов ФНС России