

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ  
СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

---

Институт государственной службы и управления

Кафедра зарубежного регионоведения и международного сотрудничества

УТВЕРЖДЕНА  
решением кафедры зарубежного  
регионоведения и международного  
сотрудничества  
Протокол от «26» июня 2017 г.  
№ 10

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Б1.В.ДВ.9.1 Международный имидж государства

---

*(индекс, наименование дисциплины, в соответствии с учебным планом)*

МИМГ

---

*(краткое наименование дисциплины)*

38.04.04 Государственное и муниципальное управление

---

*(код, наименование направления подготовки)*

"Межгосударственное взаимодействие"  
(с углубленным изучением иностранного языка)

---

*(направленность (профиль))*

магистр

---

*(квалификация)*

Очная, заочная

---

*(формы обучения)*

Год набора - 2018

Москва, 2017 г.

**Автор–составитель:**

Доктор социологических наук Комлева Валентина Вячеславовна

**Заведующий кафедрой:**

Заведующий кафедрой зарубежного регионоведения и международного сотрудничества,  
доктор социологических наук Комлева В.В.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО.....	5
3. Содержание и структура дисциплины.....	5
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине.....	7
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	12
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	13
6.1. Основная литература.....	13
6.2. Дополнительная литература.....	14
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.....	14
6.4. Нормативные правовые документы.....	14
6.5. Интернет-ресурсы.....	14
6.6. Иные источники.....	15
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	16

# 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

## 1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.9.1 Международный имидж государства обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-11	способность осуществлять верификацию и структуризацию информации, получаемой из разных источников	ПК-11.2	способность осуществлять структуризацию и критический анализ информации, получаемой из разных источников
ПК-12	способностью использовать информационные технологии для решения различных исследовательских и административных задач	ПК-12.2	Способность использовать информационные технологии для решения исследовательских и административных задач в области межгосударственного взаимодействия.
ПК-13	способность критически оценивать информацию и конструктивно принимать решение на основе анализа и синтеза	ПК-13.2	способность критически оценивать информацию для принятия управленческого решения на основе анализа и синтеза.

## 1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта или по результатам форсайт-сессии)	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
применять методы анализа международного имиджа России, разрабатывать (модифицировать) методы и инструменты продвижения позитивного имиджа России за	ПК-11.2	на уровне знаний: демонстрировать знание алгоритма анализа информации, способов ее верификации и структуризации
		на уровне умений: ставить функциональные задачи и обосновывать целесообразность выбора
		на уровне навыков: обобщать и оценивать полученную информацию в процессе выполнения практико ориентированных заданий.
	ПК-12.2	на уровне знаний: демонстрировать знание основных направлений применения информационных технологий для реализации

рубежом		направлений информационной политики государства в сфере межгосударственного взаимодействия.
		на уровне умений: применять информационные технологии решения исследовательских и управленческих задач
		на уровне навыков: выбирать, критически оценивать технологии, применяемые для достижения исследовательских и административных целей
	ПК-13.2	на уровне знаний: демонстрировать знание способов преобразования полученной информации
		на уровне умений: анализировать, обобщать, систематизировать и критически оценивать информацию, полученную из разных источников
		на уровне навыков: оценивать информацию для принятия управленческого решения

## 2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

### Объем дисциплины

Общая трудоемкость Б1.В.ДВ.9.1 Международный имидж государства составляет 2 зачетные единицы, 72 часа

На очной форме обучения количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем, составляет 36 часов: лекционные занятия - 12, практические занятия – 24 часа. Самостоятельная работа составляет 36 часов.

На заочной форме обучения количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем, составляет 12 часов: лекционные занятия - 2, практические занятия – 10 часа. Самостоятельная работа составляет 56 часов.

### Место дисциплины в структуре ОП ВО

Б1.В.ДВ.9.1 Международный имидж государства предусмотрена на очной форме обучения в 3 семестре, на заочной - в 3 семестре

Дисциплина Б1.В.ДВ.9.1 Международный имидж государства входит в Блок 1 «Дисциплины (модули)».

В содержательном плане дисциплина опирается на Б1.В.ОД.8 Процессы международной и региональной интеграции (2 семестр), Б1.В.ОД.6 Государственная гражданская и муниципальная служба (2 семестр)

Форма промежуточной аттестации на очной форме обучения в соответствии с учебным планом – зачет (3 семестр).

Форма промежуточной аттестации на заочной форме обучения в соответствии с учебным планом – зачет (3 семестр).

## 3. Содержание и структура дисциплины

### Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.			Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации***
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных	СР	

			занятий					
			Л	Л Р	П З	КСР		
Тема 1	Общая модель имиджевой коммуникации и управление имиджем	18	4		4		10	О
Тема 2	Имидж государства: компоненты структуры и коммуникации	27	4		10		13	О
Тема 3	Векторы стратегического планирования имиджа государства	27	4		10		13	О, Р
Промежуточная аттестация								3
<b>Всего:</b>		72	12		24		36	

### Заочная форма обучения

п/п	№	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации***
			Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
				Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Тема 1		Общая модель имиджевой коммуникации и управление имиджем	20	2		2		16	О
Тема 2		Имидж государства: компоненты структуры и коммуникации	24			4		20	О
Тема 3		Векторы стратегического планирования имиджа государства	24			4		20	О, Р
Промежуточная аттестация			4						3
Всего:			72	2		10		56	

Примечание:

\*\* – формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), реферат (Р)

\*\*\* - формы промежуточной аттестации: зачет (З).

### Содержание дисциплины

#### Тема 1. Общая модель имиджевой коммуникации и управление имиджем

Классификация имиджевых эффектов. Определение имиджевой аудитории и имиджевых целей. Диагностика личностных особенностей и ценностных ориентаций. Манипулирование. Мифологизация. Акцентирование информации. Внедрение моделей восприятия. Контекстное введение знаков. Переход от имиджа к мифу

#### Тема 2. Имидж государства: компоненты структуры и коммуникации

Понятие «имидж государства». Корректируемые и некорректируемые компоненты имиджа. Функции международного имиджа. Международный бренд-имидж страны – народ (человеческий капитал), внутренняя и внешняя политика, инвестиции и миграционное законодательство, туризм, торговые марки экспорта, культура и историческое наследие.

Имидж власти; имидж экономики; имидж Вооруженных Сил; внешнеполитический имидж; восприятие гражданами образа своей страны; имидж информационной политики государства.

#### Тема 3. Векторы стратегического планирования имиджа государства

Стратегия формирования имиджа государства в аспекте национальных интересов. Информационно-логические константы имиджа государства.

Методы продвижения имиджа страны. Использование PR-технологий для улучшения имиджа страны. Маркетинг привлекательности как метод улучшения имиджа страны. Фактор политических лидеров в имидже страны. Экологический аспект имиджа государства. Имидж государства в аспектах демографии и экономики. Социумный модус в структуре имиджа государства.

#### **4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине**

##### **4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.**

**4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.9.1 Международный имидж государства используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:**

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1.	Общая модель имиджевой коммуникации и управление имиджем	опрос
Тема 2.	Имидж государства: компоненты структуры и коммуникации	опрос
Тема 3.	Векторы стратегического планирования имиджа государства	Опрос, защита рефератов

**4.1.2. Зачет в устной форме проводится с применением следующих методов (средств): в устной форме по вопросам.**

##### **4.2. Материалы текущего контроля успеваемости.**

Преподаватель оценивает уровень подготовленности обучающихся к занятию по следующим показателям:

- устные ответы на вопросы преподавателя по теме занятия,
- выступление с докладами по вопросам к опросам,
- участие в обсуждении докладов.
- защита реферата.
- решение более  $\frac{2}{3}$  тестовых заданий

Критерии оценивания доклада:

- степень усвоения понятий и категорий по теме;
- умение работать с документальными и литературными источниками;
- грамотность изложения материала;
- самостоятельность работы, наличие собственной обоснованной позиции.

Оценка знаний, умений, навыков проводится на основе балльно-рейтинговой системы 70% из 100% (70 баллов из 100) - вклад по результатам посещаемости занятий, активности на занятиях, выступления с докладами, участия в обсуждениях докладов других обучающихся, ответов на вопросы преподавателя в ходе занятия, защита реферата.

Детализация баллов и критерии оценки текущего контроля успеваемости утверждается на заседании кафедры.

*Вопросы темы для подготовки к опросам (темы докладов):*

### **Тема 1. Общая модель имиджевой коммуникации и управление имиджем**

1. Технология перформанса.
2. Технология легенды.
3. Формирование имиджа с опорой на «идеальный образ».
4. Сценарный подход (формирование «событийного ряда»).
5. Использование социально-психологических феноменов «контраста» и «подобия».
6. Мифотворчество.

### **Тема 2. Имидж государства: компоненты структуры и коммуникации**

1. Понятие «имидж государства».
2. Корректируемые и некорректируемые компоненты имиджа.
3. Функции международного имиджа.
4. Международный бренд-имидж страны – народ (человеческий капитал), внутренняя и внешняя политика, инвестиции и миграционное законодательство, туризм, торговые марки экспорта, культура и историческое наследие.
5. Имидж власти; имидж экономики; имидж Вооруженных Сил; внешнеполитический имидж; восприятие гражданами образа своей страны; имидж информационной политики государства.

### **Тема 3. Векторы стратегического планирования имиджа государства**

1. Стратегия формирования имиджа государства в аспекте национальных интересов.
2. Информациологические константы имиджа государства.
3. Методы продвижения имиджа страны. Использование PR-технологий для улучшения имиджа страны. Маркетинг привлекательности как метод улучшения имиджа страны.
4. Фактор политических лидеров в имидже страны.
5. Экологический аспект имиджа государства.
6. Имидж государства в аспектах демографии и экономики.
7. Социумный модус в структуре имиджа государства.

#### *Примерные темы для написания рефератов*

1. Имидж государства: компоненты структуры и коммуникации
2. Имидж государства в глобальном пространстве
3. Векторы стратегического планирования имиджа государства
4. Стратегия формирования имиджа государства в аспекте национальных интересов
5. Информациологические константы имиджа государства
6. Фактор политических лидеров в имидже страны
7. Институционально-экологический аспект имиджа государства
8. Имидж государства в аспектах демографии и экономики
9. Социумный модус в структуре имиджа государства
10. Имидж фаустовской цивилизации
11. Имидж-характеристика государств консьюмерного типа
12. Эволюция консьюмерного имиджа
13. Имидж государства в аспекте различия социумных парадигм
14. Имидж государства в социальном измерении
15. Имидж советского консьюмеризма
16. Имидж российского консьюмеризма
17. Имидж-инструментарий социальной ответственности
18. Имидж-инструментарий культуры в контексте социумной антропологии

#### **4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.**

##### **4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе**

**освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования**

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-11	способность осуществлять верификацию и структуризацию информации, получаемой из разных источников	ПК-11.2	способность осуществлять структуризацию и критический анализ информации, получаемой из разных источников
ПК-12	способностью использовать информационные технологии для решения различных исследовательских и административных задач	ПК-12.2	Способность использовать информационные технологии для решения исследовательских и административных задач в области межгосударственного взаимодействия.
ПК-13	способность критически оценивать информацию и конструктивно принимать решение на основе анализа и синтеза	ПК-13.2	способность критически оценивать информацию для принятия управленческого решения на основе анализа и синтеза.

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ПК-11.2 способность осуществлять структуризацию и критический анализ информации, получаемой из разных источников	<p>Знает алгоритм анализа информации, способы ее верификации и структуризации</p> <p>Умеет ставить функциональные задачи и обосновывать целесообразность выбора , информационно-аналитической системы, программного средства</p> <p>Владеет навыками обобщения и оценки полученной информации в процессе выполнения практико-ориентированных заданий.</p>	<p>Использует знание алгоритма анализа информации, способов ее верификации и структуризации в процессе практической деятельности в сфере обеспечения межгосударственного взаимодействия</p> <p>Ставит функциональные задачи и обосновывать целесообразность выбора информационно-аналитической системы, программного средства в процессе практической деятельности в сфере обеспечения межгосударственного взаимодействия</p> <p>Обобщает информацию и</p>

		критически оценивает ее в процессе ответа на проблемные вопросы в сфере обеспечения межгосударственного взаимодействия
ПК-12.2 Способность использовать информационные технологии для решения исследовательских и административных задач в области межгосударственного взаимодействия.	Знает основные направления применения информационных технологий для реализации направлений информационной политики государства в сфере межгосударственного взаимодействия. Умеет применять информационные технологии решения исследовательских и управленческих задач Владеет навыками выбора, критической оценки применяемой технологии для достижения исследовательских и административных целей	Подбирает информационные технологии, адекватные целям деятельности Обосновывает выбор ИТ соответствием требованиям национальной безопасности, международным тенденциям информационной политики; наличием успешной практики реализации Имеет представление о возможных рисках, последствиях применения ИТ
ПК-13.2 способность критически оценивать информацию для принятия управленческого решения на основе анализа и синтеза.	Знает способы преобразования полученной информации Умеет анализировать, обобщать, систематизировать и критически оценивать информацию, полученную из разных источников Владеет навыком критической оценки информации для принятия управленческого решения	Изменяет начальную формы \ информации согласно цели использования этой информации. Представляет текстовую информацию в таблицы, схемы, аудиовизуальный ряд и т.д. Систематизирует информацию, разбивает на блоки по самостоятельно выявленным критериями. Критически оценивает разнородную по характеру и временному параметру информацию.

#### 4.3.2 Типовые оценочные средства

Вопросы к зачету

1. Общая модель имиджевой коммуникации и управление имиджем
2. Технология перформанса.
3. Технология легенды.
4. Формирование имиджа с опорой на «идеальный образ».
5. Сценарный подход (формирование «событийного ряда»).
6. Использование социально-психологических феноменов «контраста» и «подобия».
7. Мифотворчество.
8. Понятие «имидж государства».
9. Корректируемые и некорректируемые компоненты имиджа.
10. Функции международного имиджа.

11. Международный бренд-имидж страны – народ (человеческий капитал)
12. Международный бренд-имидж страны – внутренняя и внешняя политика
13. Международный бренд-имидж страны – инвестиции и миграционное законодательство
14. Международный бренд-имидж страны – туризм
15. Международный бренд-имидж страны – торговые марки экспорта
16. Международный бренд-имидж страны – культура и историческое наследие.
17. Имидж власти
18. Имидж экономики
19. Имидж Вооруженных Сил
20. Внешнеполитический имидж
21. Восприятие гражданами образа своей страны
22. Имидж информационной политики государства.
23. Векторы стратегического планирования имиджа государства
24. Стратегия формирования имиджа государства в аспекте национальных интересов.
25. Информациологические константы имиджа государства.
26. Методы продвижения имиджа страны.
27. Использование PR-технологий для улучшения имиджа страны.
28. Маркетинг привлекательности как метод улучшения имиджа страны.
29. Фактор политических лидеров в имидже страны.
30. Экологический аспект имиджа государства.
31. Имидж государства в аспектах демографии и экономики.
32. Социумный модус в структуре имиджа государства.

#### **Шкала оценивания.**

Выполнение всех заданий текущего контроля является обязательным для всех обучающихся. Обучающиеся, не выполнившие в полном объеме все эти задания, не допускаются к сдаче зачета.

Критерии оценки:

<b>Оценка</b>	<b>Критерий оценки</b>
«зачтено»	Обучающийся показывает высокий уровень компетентности, знания программного материала, учебной, периодической и монографической литературы, законодательства и практики его применения, раскрывает не только основные понятия, но и анализирует их с точки зрения различных авторов. Обучающийся показывает не только высокий уровень теоретических знаний по дисциплинам, включенным в государственный экзамен, но и видит междисциплинарные связи. Профессионально, грамотно, последовательно, хорошим языком четко излагает материал, аргументированно формулирует выводы. Знает в рамках требований к направлению и профилю подготовки законодательно-нормативную и практическую базу. На вопросы отвечает кратко, аргументировано, уверенно, по существу.
«не зачтено»	Обучающийся показывает слабые знания лекционного материала, учебной литературы, законодательства и практики его применения, низкий уровень компетентности, неуверенное изложение вопроса. Обучающийся показывает слабый уровень профессиональных знаний, затрудняется при анализе практических ситуаций. Не может привести примеры из реальной практики. Неуверенно и логически непоследовательно излагает материал. Неправильно отвечает на вопросы или затрудняется с ответом.

#### **4.4. Методические материалы**

Устный опрос является одним из основных способов проверки усвоения знаний обучающимися. Развернутый ответ студента должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на определенную тему, показывать его умение применять определения, правила в конкретных случаях. Основные критерии оценки устного ответа: правильность ответа по содержанию; полнота и глубина ответа; логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией); использование дополнительного материала.

Тестирование обеспечивает контроль за знаниями обучающихся, способствует развитию умения выделять, анализировать и обобщать наиболее существенные связи, признаки и принципы. Основными критериями оценки являются самостоятельность, правильность и скорость ответа на вопрос.

## **5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

*Методические указания по самостоятельной подготовки к занятиям лекционного, практического (семинарского) типа:*

Подготовка к занятиям должна носить систематический характер. Это позволит обучающемуся в полном объеме выполнить все требования преподавателя. Обучающимся рекомендуется изучать как основную, так и дополнительную литературу, а также знакомиться с Интернет-источниками (список приведен в рабочей программе по дисциплине).

*Вопросы для самостоятельной подготовки (самопроверки):*

1. Общая модель имиджевой коммуникации и управление имиджем
2. Технология перформанса.
3. Технология легенды.
4. Формирование имиджа с опорой на «идеальный образ».
5. Сценарный подход (формирование «событийного ряда»).
6. Использование социально-психологических феноменов «контраста» и «подобия».
7. Мифотворчество.
8. Понятие «имидж государства».
9. Корректируемые и некорректируемые компоненты имиджа.
10. Функции международного имиджа.
11. Международный бренд-имидж страны – народ (человеческий капитал)
12. Международный бренд-имидж страны – внутренняя и внешняя политика
13. Международный бренд-имидж страны – инвестиции и миграционное законодательство
14. Международный бренд-имидж страны – туризм
15. Международный бренд-имидж страны – торговые марки экспорта
16. Международный бренд-имидж страны – культура и историческое наследие.
17. Имидж власти
18. Имидж экономики
19. Имидж Вооруженных Сил
20. Внешнеполитический имидж
21. Восприятие гражданами образа своей страны
22. Имидж информационной политики государства.
23. Векторы стратегического планирования имиджа государства
24. Стратегия формирования имиджа государства в аспекте национальных интересов.
25. Информационно-логические константы имиджа государства.
26. Методы продвижения имиджа страны.
27. Использование PR-технологий для улучшения имиджа страны.
28. Маркетинг привлекательности как метод улучшения имиджа страны.
29. Фактор политических лидеров в имидже страны.
30. Экологический аспект имиджа государства.

31. Имидж государства в аспектах демографии и экономики.

32. Социумный модус в структуре имиджа государства.

*Методические указания по подготовке докладов:*

Подготовка обучающихся к опросу предполагает изучение в соответствии тематикой дисциплины основной/ дополнительной литературы, нормативных документов, интернет-ресурсов.

Обучающийся готовит доклад в форме устного сообщения по теме дисциплины.

Предлагается следующая структура доклада:

1. Введение:

– указывается тема и цель доклада;

– обозначается проблемное поле, тематические разделы доклада.

2. Основное содержание доклада:

– последовательно раскрываются тематические разделы доклада.

3. Заключение:

– приводятся основные результаты и суждения автора по поводу путей возможного решения рассмотренной проблемы, которые могут быть оформлены в виде рекомендаций.

*Методические указания по написанию реферата:*

Реферат является самостоятельной практической работой обучающихся. Он призван определить степень освоения студентом знаний и навыков, полученных им в процессе изучения дисциплины.

Текст работы должен быть написан в научном стиле. Оформление текста также должно быть выполнено грамотно. Следует избегать пустых пространств и, тем более, страниц. На все таблицы, рисунки и диаграммы делаются ссылки в тексте.

Работа выполняется в формате А4. Шрифт – TimesNewRoman. Основной текст работы набирается 14-м шрифтом через 1,5 интервала, выравнивание по ширине, межбуквенный интервал «Обычный», красная строка 1,25 см. Автоматически расставляются переносы. Поля: верхнее 2,0 см, нижнее 2,0 см, левое 3 см, правое 1 см. Промежутки между абзацами отсутствуют. Введение, главы, заключение, список литературы и приложения форматируются как заголовки первого уровня и начинаются каждый с новой страницы. Подразделы глав с новой страницы не начинаются.

Сноски делаются внизу страницы. Таблицы и рисунки нумеруются отдельно. Номер включает номер главы и номер рисунка/таблицы в данной главе.

Страницы работы должны быть пронумерованы. Нумерация начинается со страницы с оглавлением, на которой ставится цифра «2» и далее – по порядку. Окончание нумерации приходится на последний лист списка литературы. Номер ставится внизу страницы справа. На страницах с приложениями номера не ставятся, и в оглавление они не выносятся. В оглавлении указывается только номер первого листа первого приложения.

Объем реферата 7-15 стр.

## **6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

### **6.1. Основная литература**

1. Протасова О.Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Протасова О.Л., Бикбаева Э.В., Наумова М.Д.— Электрон. текстовые данные.— Тамбов: Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2015.— 80 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/64567.html>.— ЭБС «IPRbooks»

2. Ушакова Н.В. Имиджология (3-е издание) [Электронный ресурс]: учебное пособие для бакалавров/ Ушакова Н.В., Стрижова А.Ф.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и

К, Ай Пи Эр Медиа, 2017.— 264 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57073.html>.— ЭБС «IPRbooks»

## 6.2. Дополнительная литература

1. Имидж в стратегии инновационного развития регионов России : сборник статей Всероссийской научно-практической конференции, 19-21 июня 2014 года / отв. за вып. Ю. А. Дроздова, А. А. Огарков ; РАНХиГС при Президенте РФ, Волгоградский филиал. - Волгоград, 2014. - 355 с.
2. Ушакова, Н. В. Имиджелогия : учебное пособие . - 2-е изд., испр. - М. : Дашков и К, 2012. - 280 с.
3. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Чумиков А.Н.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2012.— 159 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8976> — ЭБС «IPRbooks»
4. Вылегжанин Д.А. Теория и практика PR - М.: ФЛИНТА , 2014. - ЭБС «Лань» [<http://e.lanbook.com/view/book/51789/page4>]
- 5.Candan Kirişci A. The Face of the 'Enemy': The Image of the Adversary in Turkish Literary Works about Gallipoli // Journal of New Zealand Literature: JNZL, No. 33, Part 2: New Zealand and the First World War (2015), pp. 160-181 - <http://www.jstor.org/stable/43681968>

## 6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Агапов, В.С. Социально-психологические детерминанты креативной компетентности студентов : монография / Агапов, Валерий Сергеевич, Давлетова, Рада Уеловна. - М. : Макеев Игорь Вячеславович, 2016. - 163 с.
2. Модель позиционного обучения студентов [Электронный ресурс]: теоретические основы и методические рекомендации/ И.Б. Шиян [и др.].— Электрон. текстовые данные. — М.: Московский городской педагогический университет, 2012.— 152 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/27375.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Образовательные инновации и практики карьеры: сборник методических материалов и статей / РАНХиГС при Президенте РФ. - М. : Дело, 2015. - 192 с.
4. Психология адаптации и социальная среда. Современные подходы, проблемы, перспективы [Электронный ресурс]/ Л.Г. Дикая [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Пер Сэ, 2007.— 624 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/7431.html>.— ЭБС «IPRbooks»
5. Социально-психологические аспекты формирования культуры самообучающейся организации / А. Я. Николаев [и др.] // Вопросы психологии. - 2014. - № 6. - С. 44-52.

## 6.4. Нормативные правовые документы

1. Конституция Российской Федерации.
2. Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации : Федеральный закон от 06.10.1999 № 184-ФЗ

## 6.5. Интернет-ресурсы

1. Национальная электронная библиотека. Режим доступа: <http://www.rusneb.ru>
- 2.Электронный фонд Российской национальной библиотеки (РНБ). Электронная библиотека Российской государственной библиотеки (РГБ). Режим доступа: <http://leb.nl.ru>
3. Электронная библиотека Российской государственной библиотеки (РГБ). Режим доступа: <http://elibrary.rsl.ru/>
4. Научная электронная библиотека ГПНТБ (каталог Государственной Публичной научно-технической библиотеки) России. Режим доступа: <http://ellib.gpntb.ru/>
5. Каталог Научной Библиотеки МГУ. Режим доступа: <http://search.nbmg.ru/search/>

6. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. Режим доступа: <http://www.elibrary.ru/>
7. Электронная Библиотека ГУУ. Полнотекстовые зарубежные базы данных. Режим доступа: [http://library.guu.ru/Full\\_text\\_foreign\\_database.html](http://library.guu.ru/Full_text_foreign_database.html)
8. Президентская библиотека им. Б. Н. Ельцина. Режим доступа: <http://www.prilib.ru/>
9. BIBLIOPHIKA. Электронная библиотека ГПИБ России. Режим доступа: <http://www.bibliofika.ru/>
10. Электронная библиотека "Научное наследие России». Режим доступа: <http://nasledie.enip.ras.ru/index.html>
11. Lib.Ru: Библиотека Максима Мошкова. Режим доступа: <http://lib.ru/>
12. IQlib – электронно-библиотечная система. Режим доступа: <http://www.iqlib.ru/>
13. Электронная библиотека TWIRPX. Режим доступа: <http://www.twirpx.com/>
14. Университетская библиотека. Режим доступа: <http://www.bibliclub.ru/>
15. Европейский Союз он-лайн - <http://www.europa.eu.int>
16. Журнал «Международные процессы» - [www.intertrends.ru](http://www.intertrends.ru)
17. Журнал «Россия в глобальной политике». – [www.globalaffairs.ru](http://www.globalaffairs.ru)
18. Информационный сайт Совета Европы (на русском языке) – <http://www.coe.ru>
19. Королевский институт международных исследований – [www.riia.org](http://www.riia.org)
20. Образовательный портал «Социально-гуманитарное и политологическое образование» - <http://www.auditorium.ru>
21. Официальный сайт МВФ - <http://www.imf.org>
22. Официальный сайт Европейского парламента – [http://www.europarl.europa.eu/committees/afet\\_home\\_en.htm](http://www.europarl.europa.eu/committees/afet_home_en.htm)
23. Официальный сайт Европейского Союза – [www.europa.eu.int](http://www.europa.eu.int)
24. Официальный сайт Европейской Комиссии – [http://www.ec.europa.eu/comm/external\\_relations/cfsp.htm](http://www.ec.europa.eu/comm/external_relations/cfsp.htm)
25. Официальный сайт МБРР - <http://www.worldbank.org>
26. Официальный сайт МИД РФ – [www.mid.ru](http://www.mid.ru)
27. Официальный сайт МИД Соединенного королевства – <http://www.fco.gov.uk>
28. Официальный сайт МИД Франции – <http://www.diplomatie.gouv.fr>
29. Сайт Высокого представителя ЕС по вопросам совместной внешней политики и политики в области безопасности – [http://www.consilium.europa.eu/cms3\\_applications/applications/solana](http://www.consilium.europa.eu/cms3_applications/applications/solana)
30. Сайт образовательного форума по международным отношениям - <http://www.obraforum.ru>
31. Сайт центра Фонда Карнеги - [www.carnegie.ru](http://www.carnegie.ru)
32. Стокгольмский международный институт исследования мира – [www.sipri.org](http://www.sipri.org)

## 6.6. Иные источники

1. Василенко И. Имиджевая стратегия России: основные направления и приоритеты // Государственная служба. - 2012. - №4. - С. 22-27.
2. Поляков В.А. Разработка и технологии производства рекламного продукта. Учебник и практикум для академического бакалавриата / Поляков В.А., Романов А.А. - М.: Издательство Юрайт, 2015. - ЭБС "Юрайт" [[http://www.biblio-online.ru/thematic/?id=urait.content.033B5D7D-5652-4B4E-8900-5EA41D350E2A&type=c\\_pub](http://www.biblio-online.ru/thematic/?id=urait.content.033B5D7D-5652-4B4E-8900-5EA41D350E2A&type=c_pub)]
3. Макаревич Э. Ф. Имидж в современном мире // Социально-гуманитарные знания. - 2012. - №3. - С. 39-59.
4. Международные отношения: теории, конфликты, движения, организации : учебное пособие / под ред. П. А. Цыганкова. - 3-е издание, переработанное и дополненное. - М. : Альфа-М : ИНФРА-М, 2012. - 335 с.
5. Международные отношения и мировая политика : учебно-методический комплекс / под ред. П. А. Цыганкова ; редкол.: В. А. Садовничий [и др.]. - М. : РОССПЭН, 2014. - 639 с.

6. Федотова Л.Н. Реклама: теория и практика. Учебник для академического бакалавриата - М.: Издательство Юрайт, 2015. - ЭБС "Юрайт" [[http://www.biblio-online.ru/thematic/?id=urait.content.6387C497-983B-4CC1-9375-D92A6999356F&type=c\\_pub](http://www.biblio-online.ru/thematic/?id=urait.content.6387C497-983B-4CC1-9375-D92A6999356F&type=c_pub)]
- Бердников, И. П. PR- коммуникации [Текст] : практ. пособие / И. П. Бердников, А. Ф. Стрижова. - 2-е изд. - М. : Дашков и К, 2012. - 208 с.
7. Гундарин, М. Рекламные и PR-кампании [Текст] / М. Гундарин, Е. Гундарина. - Ростов н/Д : Феникс, 2013. - 190 с.
8. Связи с общественностью. Составление документов: Теория и практика. Учебное пособие [Электронный ресурс]. - Электрон. текстовые дан. - М. : Аспект Пресс, 2012. - 319 с. - Режим доступа : <http://www.biblioclub.ru/book/104323/>.
9. Синяева, И.М. Маркетинг PR и рекламы. Учебник [Электронный ресурс] / Синяева И. М. - Электрон. текстовые дан. - М. : Юнити-Дана, 2012. - 496 с. - Режим доступа : <http://www.biblioclub.ru/book/114709/>.
10. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью [Текст] : учеб. для бакалавров : допущено М-вом образования и науки РФ / И. М. Синяева, О. Н. Романенкова, Д. А. Жильцов. - М. : Юрайт, 2013. - 549 с.
11. Синяева, И.М. Сфера PR в маркетинге. Учебное пособие [Электронный ресурс] / Синяева И. М. - Электрон. текстовые дан. - М. : Юнити-Дана, 2012. - 385 с. - Режим доступа : <http://www.biblioclub.ru/book/114502/>.
12. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд. Учебное пособие [Электронный ресурс] / Чумиков А. Н. - Электрон. текстовые дан. - М. : Аспект Пресс, 2012. - 160 с. - (Учебник нового поколения). - Режим доступа : <http://www.biblioclub.ru/book/104329/>.
13. PR-поддержка и сопровождение рекламной кампании. - Электрон. текстовые дан. - М. : Лаборатория книги, 2012. - 144 с. - Режим доступа : <http://www.biblioclub.ru/book/139176/>.
14. PR: теория и практика [Текст] : учебник для вузов : рек. УМО по образованию в обл. антикризисного управления / Д. Е. Баранов [и др.] ; под ред. М. А. Лукашенко. 24 - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Синергия, 2013. - 352 с.

## **7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы**

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Программное обеспечение: Microsoft Windows 10 LTSB 1607, Microsoft Office Professional 2016.

Информационные справочные системы: Научная библиотека РАНХиГС. URL: <http://lib.ranepa.ru/>; Научная электронная библиотека eLibrary.ru. URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>; Национальная электронная библиотека. URL: [www.nns.ru](http://www.nns.ru); Российская государственная библиотека. URL: [www.rsl.ru](http://www.rsl.ru); Российская национальная библиотека. URL: [www.nnir.ru](http://www.nnir.ru); Электронная библиотека Grebennikon. URL: <http://grebennikon.ru/>; Электронно-библиотечная система Издательства «Лань». URL: <http://e.lanbook.com>; Электронно-библиотечная система ЮРАЙТ. URL: <http://www.biblio-online.ru/>.