

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

---

Институт государственной службы и управления

Кафедра государственной службы и кадровой политики

УТВЕРЖДЕНА  
решением кафедры государственной  
службы и кадровой политики  
Протокол заседания от «28» августа 2019  
г. № 1

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

К.М.02.ДВ.03.02 Основы имиджелогии

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

**ОИ**

*(краткое наименование дисциплины )*

38.03.04 Государственное и муниципальное управление

*(код, наименование направления подготовки)*

Государственная и муниципальная служба

*(направленность (профиль))*

бакалавр

*(квалификация)*

очная, очно-заочная, заочная

*(формы обучения)*

Год набора - 2020

Москва, 2019г.

**Автор–составитель:**

Кандидат социологических наук, доцент кафедры государственной службы и кадровой политики Федотова П.Я.

**Заведующий кафедрой:**

И.о. заведующего кафедрой государственной службы и кадровой политики, доктор экономических наук, доцент Фотина Л.В.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине , соотнесенных с планируемыми результатами освоения 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 .....	8
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины .....	24
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине .....	27
6.1. Основная литература.....	27
6.2. Дополнительная литература.....	27
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.....	28
6.4. Нормативные правовые документы.....	28
6.5. Интернет-ресурсы.....	28
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	28

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

1.1 Дисциплина К.М.02.ДВ.03.02 Основы имиджологии обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-11	владение основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения	ПК-11.1	Знание базовых технологий формирования общественного мнения
ДПК-6	способность выделять основы возникновения и разрешения конфликтов на государственной и муниципальной службе, в том числе, конфликта интересов, служебных споров и умение применять их на практике	ДПК-6.1	Знание основ возникновения и разрешения конфликтов на государственной и муниципальной службе
ДПК-7	владение навыками взаимодействия с внешними организациями (Пенсионным фондом, Фондом социального страхования, Фондом обязательного медицинского страхования, органами охраны правопорядка и безопасности, судами).	ДПК-7.1	Знание особенностей взаимодействия с внешними организациями

1.2 В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
участвовать в разработке проектов формирования позитивного имиджа государственной и муниципальной службы и воздействия на общественное мнение населения	ПК-11.1	на уровне знаний: знать основы применения имиджевых технологий
		на уровне умений: анализировать результаты применения имиджевых технологий
		на уровне навыков: анализировать показатели применения имиджевых технологий; осуществлять сбор информации об общественном мнении
следовать системе запретов и ограничений, связанных с государственной и муниципальной службой, предотвращением возникновения ситуации	ДПК-6.1	на уровне знаний: знать законодательство о противодействии коррупции и требования профессиональной этики
		на уровне умений: применять технологии управления конфликтами и методы ведения переговорного процесса
		на уровне навыков: урегулировать

конфликта интересов		конфликтные ситуации и ситуации личной заинтересованности
осуществлять деловое общение с коллегами, представителями государственных органов и органов местного самоуправления, организаций, учреждений, гражданами с использованием различных средств и технологий	ДПК-7.1	на уровне знаний: знать информационно-коммуникационные технологии, применяемых в профессиональной деятельности
		на уровне умений: обоснованно выбирать оптимальные методы и формы взаимодействий с внешними организациями
		на уровне навыков: информационно-коммуникативно взаимодействовать и обмениваться информацией с внешними организациями

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

### Объем дисциплины

Общая трудоемкость К.М.02.ДВ.03.02 Основы имиджологии составляет 2 зачётные единицы, 72 часа. Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем составляет 36 часов: лекции – 18 часа, практические занятия – 18 часов. Самостоятельная работа составляет 36 часов.

### Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина К.М.02.ДВ.03.02 Основы имиджологии предусмотрена на 3 курсе, в 6 семестре

Дисциплина К.М.02.ДВ.03.02 Основы имиджологии относится к дисциплинам по выбору блока «Комплексные блоки».

В содержательном плане дисциплина является основой для К.М.02.ДВ.05.01

Государственная служба в обеспечении взаимодействия государства и бизнеса (8 семестр); К.М.02.ДВ.05.02 Общественные связи на государственной и муниципальной службе (8 семестр); Б1.В.ДВ.11.01 Урегулирование конфликта интересов и противодействие коррупции в системе государственного и муниципального управления (8 семестр); Б1.В.20.ДВ.04.01 Управление социальными конфликтами (8 семестр); К.М.02.01

Реформирование и развитие системы государственной службы Российской Федерации (8 семестр).

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – зачет.

## 3. Содержание и структура дисциплины

### Очная форма обучения

№	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины , час						Форма те- кущего контроля успева- емости, промежу- точной аттеста- ции
		Всего	Контактная работа обучающихся с препода- вателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
1.	Введение. Имиджология как наука, практика и искусство.	8	2		2		4	О, Р
2.	Имидж и его компоненты.	8	2		2		4	О, Д
3.	Имидж как интегральный социальный образ.	8	2		2		4	О, Р

№	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины , час						Форма те- кущего контроля успева- емости, промежу-
		Всего	Контактная работа обучающихся с препода- вателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
4.	Инструментарий имиджмейкерства	8	2		2		4	О, Р, К
5.	Имидж руководителя: понятие, компоненты, структура	8	2		2		4	О, Р, К
6.	Корпоративный имидж	8	2		2		4	О, Р, К
7.	Имидж политического лидера	8	2		2		4	О, Р
8.	Проблемы и перспективы формирования и поддержания имиджа эффективного руководителя	8	2		2		4	Дис, Р
9.	Технологии формирования положительного имиджа	8	2		2		4	Дис, Р, К
	Промежуточная аттестация							Зачет
Всего		72	18		18		36	

Примечание: формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), доклад (Д), реферат (Р), кейс-задание (К), дискуссия (Дис).

### Содержание дисциплины

#### Тема 1 Введение. Имиджелогия как наука, практика и искусство

Имиджелогия как система взглядов о законах массовой коммуникации. Место имиджелогии в ряду научных дисциплин. Становление имиджелогии в странах Запада и в России. Связь имиджелогии и паблик рилейшнз. Теоретические и прикладные модели массовой коммуникации.

Имиджелогия как теория естественных иерархий. Место категории имидж в междисциплинарном научном дискурсе. Области знания, изучающие различные аспекты формирования и функционирования имиджа: PR, социология, социальная психология, теории коммуникации, конфликтология, маркетинг, политология, менеджмент, риторика.

#### Тема 2 Имидж и его компоненты

Определение имиджа. Имидж как специально формируемый образ для достижения целей. Имидж и натура. Личина и лик. Образ и имидж. Регуляция. Натура. Фантом. Маска. Визуализация. Медиатизация. Стереотипы восприятия. Свойства имиджа. Функции имиджа.

Психологические факторы восприятия имиджа. Образ как субъективная картина мира. Образ - знание, образ - значение, образ потребного будущего. Формирование перцептивного экрана для восприятия образа. Образ и установка в рекламе. Факторы, влияющие на «работу» политических образов. Имидж и его составляющие. Значения имиджа.

Структура и слагаемые имиджа. Поле жизнедеятельности. Биография, карьера. Возраст и здоровье. Материальное положение. Частная жизнь. Окружение. Соперники и враги. Увлечения. Предметное окружение. Офис и визитки. Социопсихологические качества. Языки.

#### Тема 3 Имидж как интегральный социальный образ

Принципы построения имиджа. Понятия имиджа как интегрального социального образа. Источники формирования имиджа. Устойчивые формы узнаваемых образов в российском социуме. Семиотика - наука о знаковых системах. Реальный, информационный, символический миры современного человека: взаимодействие и барьеры между ними. Психологические защиты потребителя от потока информации. Персонализация и наркотизация

(переполнение новостями). Характеристики аудитории, влияющие на восприятие информации; пол, возраст, этническая принадлежность, профессия, религия).

#### **Тема 4 Инструментарий имиджмейкерства**

Содержание категории «имиджмейкерство». Понятие инструментария в имиджелогии и специфика его использования. Основные инструменты: позиционирование, манипулирование, мифологизация. Наиболее часто используемые приемы формирования имиджа: эмоционализация, акцентирование информации, замена целей, подача противоречивых сигналов, метафоризация, контекстное введение знаков.

Оценка эффективности имиджевого воздействия с помощью опроса общественного мнения. Нейролингвистическое программирование: основные принципы и границы применения метода.

#### **Тема 5 Имидж руководителя: понятие, компоненты, структура**

Личность, имидж и руководитель. Соотношение понятий: лидер и руководитель.

Психологический портрет слабого и сильного руководителя.

Компоненты имиджа руководителя: личностный, социальный, профессиональный. Свойства имиджа руководителя - адекватность, ответственность, устойчивость, целостность, презентабельность. Образ Я и Я-концепция руководителя, актуальность для него знаний основ имиджелогии. Ценностные и технологические функции имиджмента руководителя. Создание установки принятия имиджа руководителя: ситуативной, фиксированной. Власть и личное влияние. Потенциал власти и разновидности власти. Социально-психологический тренинг имиджевых качеств лидера и руководителя.

Роль этики и этикета в формировании и поддержании имиджа руководителя. Этические качества имиджа мужчин и женщин - руководителей. Этнонациональные особенности этикета разных стран. Застолья и фуршеты: манеры поведения. Строуксы (подарки) и их значение.

#### **Тема 6 Корпоративный имидж**

Личный имидж бизнесмена и его роль в успешном развитии бизнеса. Необходимые составляющие личного имиджа в бизнесе. Ценность символического ресурса в бизнесе. Имидж фирмы как важнейший фактор успеха бизнеса. Стратегии формирования и поддержания имиджа фирмы. Имидж организации и корпоративная политика. Функции менеджера по PR место в структуре организации. Опыт и ценность формирования имиджа организации на примере ведущих корпораций мирового уровня.

Имидж страны, региона, города, села – управленческие и политические составляющие.

#### **Тема 7 Имидж политического лидера**

Политический public relations и проблема создания имиджа в политике. Символизация политики и образы власти. Предвыборные технологии и проблема манипулирования общественным мнением. Коммуникативный заряд предвыборных обещаний. Типовые алгоритмы формирования политического имиджа.

Политик как символ и актер. Имидж лидера на политическом и неполитическом фоне. Выбор модели поведения. Внешность лидера. Власть как «право на речь» (риторика власти). Типы речевого поведения лидеров различного типа (монархического, «харизматического», фашистского и т.д.). Построение образа лидера с помощью кинетических элементов.

#### **Тема 8 Проблемы и перспективы формирования и поддержания имиджа эффективного руководителя**

Проблемы управления массовым сознанием и поведением в работе имиджмейкера. Общественное настроение и социальный стереотип. Психология превращения информации в общественное мнение. Стихийное и целенаправленное формирование имиджа. Приемы создания имиджэффекта (использование фасцинации, аттракции и др.) Роль средств массовой информации в создании эффективного имиджа.

Нормативно-правовое регулирования имиджмейкерства как профессиональной деятельности: зарубежный и российский опыт.

Профессиональная этика имиджмейкера и проблемы, связанные с ее нарушением. Манипуляция коллективным сознанием как область «серого» имиджмейкерства.

### Тема 9 Технологии формирования положительного имиджа

Позиционирование. Манипуляция. Мифологизация. Эмоционализация. Формат. Вербализация. Визуализация. Детализация. Формирование моделей восприятия.

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

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины К.М.02.ДВ.03.02 Основы имиджологии используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема (раздел)		Формы (методы) текущего контроля успеваемости
Тема 1	Введение. Имиджология как наука, практика и искусство	опрос, реферат
Тема 2	Имидж и его компоненты	опрос, доклад
Тема 3	Имидж как интегральный социальный образ	опрос, реферат
Тема 4	Инструментарий имиджмейкерства	опрос, реферат, кейс
Тема 5	Имидж руководителя: понятие, компоненты, структура	опрос, реферат, кейс
Тема 6	Корпоративный имидж	опрос, реферат, кейс
Тема 7	Имидж политического лидера	опрос, реферат
Тема 8	Проблемы и перспективы формирования и поддержания имиджа эффективного руководителя	дискуссия, реферат
Тема 9	Технологии формирования положительного имиджа	дискуссия, реферат, кейс

4.1.2. Зачет проводится с применением следующих методов (средств): в устной форме по вопросам и решение типовых заданий

#### 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 предлагаемым темам,
- участие в обсуждении докладов,
- выступление с рефератами по предлагаемым темам,
- активность участия в дискуссиях,
- решений кейс-заданий.

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

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

*Вопросы для подготовки к опросам:*

#### Тема 1. Введение. Имиджология как наука, практика и искусство

1. Охарактеризуйте имиджологию как синтезированную отрасль гуманитарного научного знания.
2. Перечислите области знания, изучающие различные аспекты формирова-



ния и функционирования имиджа.

3. Расскажите об основных этапах становления теории имиджа.

4. Назовите известные вам теоретические и прикладные модели массовой коммуникации.

5. Каково место категории «имидж» в современном научном и практическом дискурсе?

#### **Тема 2. Имидж и его компоненты**

1. Что вы вкладываете в понятие «имидж»?

2. Каковы компоненты имиджа? Раскройте их содержание.

3. Перечислите психологические факторы восприятия имиджа.

4. Какова структура имиджа?

5. Что вы понимаете под термином «социальный образ»?

#### **Тема 3. Имидж как интегральный социальный образ**

1. Каковы основные принципы построения имиджа?

2. Перечислите основные источники формирования имиджа и охарактеризуйте их.

3. Что такое семиотика и каков вклад этой науки в имиджелогию?

4. Расскажите о проблематике взаимодействия между реальным, информационным и символьным сознанием современного человека.

5. Перечислите известные вам способы психологической защиты современного человека от потока излишней, ненужной, неадекватной информации.

6. Какие характеристики целевой аудитории влияют на восприятие информации?

#### **Тема 4. Инструментарий имиджмейкерства**

1. Охарактеризуйте категорию «имиджмейкерство» исходя из известных вам подходов к ее объяснению в специальной литературе.

2. Что вы вкладываете в понятие «инструментарий имиджмейкерства»?

3. Какие инструменты имиджмейкерства вам известны и в чем их сущность?

4. Опишите наиболее распространенные приемы формирования имиджа.

5. Какие способы оценки эффективности имиджевого воздействия вам известны?

#### **Тема 5. Имидж руководителя: понятие, компоненты, структура**

1. Дайте сравнительный анализ категорий «лидер» и «руководитель».

2. Опишите психологический образ слабого и сильного руководителя.

3. Каковы компоненты имиджа руководителя?

4. Перечислите основные свойства имиджа руководителя.

5. Почему эффективному руководителю необходимо знать основы имиджелогии и технологии имиджмейкерства? Каковы эти основы и технологии?

6. Какова роль этики и этикета в формировании и поддержании имиджа эффективного руководителя?

7. Сравните этические качества имиджа мужчин и женщин – руководителей.

#### **Тема 6. Корпоративный имидж**

1. Какова роль личного имиджа бизнесмена в успешном развитии бизнеса?

2. Перечислите необходимые компоненты личного имиджа в бизнесе.

3. Каковы факторы формирования и компоненты имиджа фирмы?

4. Раскройте содержание известных вам стратегий формирования и поддержания имиджа фирмы.

5. Каковы политические и управленческие составляющие имиджа государства, региона, города, села?

#### **Тема 7. Имидж политического лидера**

1. В чем состоит проблематика создания имиджа в политике?

2. Что такое символизация политики?

3. Какой социальный образ власти существует в России?
4. В чем состоит проблематика манипулирования общественным мнением?
5. Из каких компонентов складывается имидж политического лидера?

**Тема 8. Проблемы и перспективы формирования и поддержания имиджа эффективного руководителя**

1. Что вы понимаете под терминами «общественное настроение» и «социальный стереотип»?
2. Какие приемы формирования имиджэффекта вам известны?
3. Какие факторы и институты влияют на эффективность работы имиджмейкера?
4. Считаете ли вы необходимым нормативно-правовое регулирование имиджмейкерства? Приведите примеры из международного и российского опыта.
5. Каковы профессионально-этические принципы имиджмейкера и проблемы, связанные с их соблюдением?

**Тема 9. Технологии формирования положительного имиджа**

1. На каких основных уровнях складывается формирование представлений об органе власти?
2. В чем заключается амбивалентность образа власти и процесса формирования образа власти?
3. Возможны ли количественные измерения имиджа и репутации?
4. Раскройте цели и специфические технологии имиджевых коммуникаций органа власти. Какие существуют парадигмы информационно-психологического воздействия и в чем их специфика?
5. Какие ПР-приемы используются при формировании имиджа органа власти?
6. Применяются ли при позиционировании органа власти технологии «мягкой пропаганды»?
7. В чем состоит коммуникативная специфика государственного праздника как технологии создания специального события?
8. Способно ли проведение праздничных мероприятий работать на коррективку образа власти?
9. В современном обществе оптимальным является пропаганда через манипулирование, через информирование или через убеждение?
10. Какие именно аспекты имиджа власти (лидера) могут стать объектами информационных атак?
11. Какими средствами можно блокировать возможности политических манипуляций общественным сознанием?
12. По каким основаниям конструируется имидж государственного и муниципального служащего?
13. Назовите главные проблемы, затрудняющие формирование доверия граждан России к властным структурам, формирование благожелательного имиджа этих структур в сознании населения.
14. Перечислите особенности формирования имиджа женщины как государственного и муниципального служащего.
15. Перечислите факторы формирования позитивного имиджа глав муниципальных образований.

*Примерные темы докладов:*

1. Имиджелогия как синтезированная отрасль гуманитарного научного знания
2. Основные этапы становления теории имиджа

3. Теоретические и прикладные модели массовой коммуникации
4. Место категории «имидж» в современном научном и практическом дис-  
курсе
5. Содержание компонент имиджа
6. Психологические факторы восприятия имиджа
7. Структура имиджа
8. Основные принципы построения имиджа
9. Источники формирования имиджа и охарактеризуйте их.
10. Взаимодействия между реальным, информационным и символическим созна-  
нием современного человека.
11. Способы психологической защиты современного человека от потока из-  
лишней, ненужной, неадекватной информации
12. Подходы к изучению категории «имиджмейкерство»
13. Инструменты имиджмейкерства
14. Приемы формирования имиджа
15. Способы оценки эффективности имиджевого воздействия
16. Психологический образ слабого и сильного руководителя
17. Компоненты и свойства имиджа руководителя
18. Роль этики и этикета в формировании и поддержании имиджа эффек-  
тивного руководителя
19. Роль личного имиджа бизнесмена в успешном развитии бизнеса
20. Компоненты личного имиджа в бизнесе
21. Факторы формирования и компоненты имиджа фирмы
22. Стратегии формирования и поддержания имиджа фирмы
23. Политические и управленческие составляющие имиджа государства,  
региона, города, села
24. Проблематика создания имиджа в политике
25. Символизация политики
26. Приемы формирования имиджэффекта
27. Профессионально-этические принципы имиджмейкера и проблемы,  
связанные с их соблюдением Факторы, формирующие положительный имидж
28. Инструменты формирования положительного имиджа:
29. Позиционирование. Манипуляция. Мифологизация. Эмоционализация.  
Формат. Вербализация. Визуализация. Детализация. Формирование моделей восприятия

*Примерные темы рефератов:*

1. Формирование представлений об имидже в культуре второй половины XX в.
2. Основные понятия имиджологии. Имиджмейкинг, имиджбилдинг.
3. Проблема соотношения имиджмейкинга и PR в разработке и поддержании  
имиджа: теоретический и прикладной аспекты.
4. Имидж как система и процесс. Формирование имидж-модели. Проблемы  
практической реализации имидж-модели.
5. Структура имиджа. Структурный подход к формированию имиджа.
6. Типология имиджей.
7. Функции персонального имиджа.
8. Функции имиджа организации.
9. Анализ имиджа конкретного исторического лица (власть, политика, искус-  
ство).
10. Генезис деятельности по формированию имиджа. Анализ имиджа соци-  
ально-исторического типа (фараон, свободный гражданин, монах, рыцарь, буржуа и т.п.).

11. Эстетический аспект имиджа. Специфика эстетического компонента в имиджевом решении.
12. Психологический аспект персонального имиджа. Условия и предпосылки формирования эффективного персонального имиджа.
13. Профессиональные требования к имиджу (для конкретной профессии)
14. Имидж делового человека. Проблемы формирования и поддержания персонального имиджа в бизнес-среде.
15. Проблема соотношения имиджевых и этикетных требований в бизнес-среде.
16. Роль корпоративной культуры в формировании имиджа фирмы.
17. Имидж как объект моделирования. Алгоритмы формирования имиджа.
18. Визуальное, вербальное, событийное, контекстное измерения имиджа.
19. Место «Я-концепции» в структуре персонального имиджа. (еще вариант)
20. Инструментарий имиджологии. Типология средств создания имиджа. Условия и границы их применения и т.п.
21. Проблема соотношения субъекта и контекста в имиджевом решении.
22. Мифологизация как инструмент формирования имиджа (политика, шоу-бизнес, брендинг).
23. Роль стереотипов в создании и восприятии имиджа.
24. Проблема визуализации имиджа.
25. Роль цвета в создании имиджа
26. Роль выразительных форм в создании имиджа.
27. Роль жестов и мимики в построении и восприятии имиджа
28. Роль репутации в формировании имиджа.
29. Проблема оценки составляющих корпоративного имиджа.
30. Соотношение корпоративной философии и корпоративного имиджа: теоретический и прикладной аспекты.
31. Социальный имидж организации.
32. Роль PR в формировании позитивного корпоративного имиджа.
33. Имидж политика: теоретические проблемы, методы анализа.
34. Соотношение общего и индивидуального в имидже политического лидера.
35. Имидж в публичной политике.
36. Роль аудитории (обратной связи с аудиторией) в формировании (управлении) имиджа.
37. Имидж творческого человека: необходимые элементы, стратегии продвижения.
38. Имидж женщины (-политика, бизнес и т.п.).
39. Имидж и мода. Имидж лидеров моды на разных исторических этапах.
40. Корпоративный имидж: сущность, функции, структура, стратегия формирования.
41. Корпоративный имидж и репутация.
42. Социальный имидж организации: анализ конкретного примера.
43. Имидж города (региона): определение необходимых элементов, закономерности их взаимодействия, соотношение стихийного и рационально-формируемого имиджей.
44. Социокультурные составляющие имиджа современного российского города (архитектура, история, символика, реклама, организация пространства, экология и т.п.).
45. Имидж специализированного издания (медиасобытия).
46. Имидж в науке.
47. Имидж культурно-образовательного учреждения (в рамках программы сотрудничества с музеями области).
48. Имидж общественного (религиозного) движения.

49. Управление имиджем (на примере организации или персоны).
50. Проблемы антикризисного управления имиджем.
51. Сайт как средство формирования (управления) имиджа.
52. Мониторинг сформированного имиджа. Пути и средства корректировки имиджа.
53. Фирменный стиль как средство создания визуального имиджа организации.
54. Пути и методы оптимизации текущего имиджа.
55. Нейтрализация последствий воздействия «черного» PR средствами имидж-билдинга.
56. Акция как средство управления имиджем. Методы разработки и реализации сценария акции.
57. Имидж и образ: соотношение имиджмейкинга и рекламной деятельности.
58. Этические и коммуникативные проблемы имиджмейкинга.

*Кейс-задания к темам:*

#### **Тема 4. Инструментарий имиджмейкерства**

*Кейс.* Отель «Золотой телец» готовится к Чемпионату мира по футболу- 2018

Город N активно готовится к проведению чемпионата мира по футболу в 2018 г. В первую очередь это связано с реализацией крупномасштабных инвестиционных проектов: возведение спортивного стадиона вместимостью до 45 тыс. человек, строительство новых и реконструирование существующих гостиничных комплексов, продление ветки метро к месту проведения соревнований и др. Это объекты стратегического социального значения, которые способствуют привлечению в регион инвестиций и укреплению городской инфраструктуры.

Правительство Нижегородской области большие усилия направляет на пропаганду и повышение интереса к спорту и здоровому образу жизни среди нижегородцев и особенно среди молодежи региона. С этим связано строительство ФОКов, детских спортивных центров, ледовых катков и других общественных спортивных объектов.

Немаловажное значение при подготовке к спортивному мероприятию 2018 г. имеет и его продвижение и реклама. В этом направлении также предпринимается ряд шагов.

Так, например, был объявлен конкурс среди нижегородцев на лучший символ Чемпионата мира по футболу. Этот символ должен отражать как исторические традиции города, так и футбольную тематику. Сегодня уже предложены несколько интересных вариантов.

На старте новый общегородской конкурс на лучшее футбольное меню «Футбольный едок – 2018». В этом конкурсе могут принимать участие все нижегородские рестораны и кафе. Требования к участникам очень просты.

Во-первых, они должны разработать оригинальное футбольное меню, предложить необычные и креативные рецепты блюд, связанные с футбольной тематикой.

Во-вторых, они должны разработать креативный проект интерьера своего заведения.

Победителя конкурса ожидает очень хороший приз – эксклюзивное обслуживание футбольных команд-участников чемпионата мира в Городе N и VIP-гостей.

Руководство отеля «Золотой телец» приняло решение подать заявку на участие ресторана отеля в этом конкурсе.

Была создана проектная группа во главе с шеф-поваром ресторана, которая и должна разработать новое футбольное меню и оригинальный дизайн ресторана.

Участники проектной группы начали работу с поиска креативных идей и прежде всего проанализировали опыт своих коллег из Сочи, полученный при подготовке и проведении Олимпийских игр.

Многие рестораны олимпийского Сочи разрабатывали специальные меню, в

которых были собраны национальные блюда тех стран, которые принимали участие в олимпийских играх. Командой проекта было принято решение о разработке меню с национальной кухней стран-участниц футбольных матчей в Городе N. Жеребьевка состоится в июле 2015 г., после чего будет точно известно, футбольные команды из каких стран примет Город N. А пока персонал ресторана будет изучать кухни народов мира (восточную, европейскую, азиатскую и т.д.) и практиковаться в приготовлении национальных блюд. Было решено также создать эксклюзивное фирменное блюдо, представляющее Город N. Для этого необходимо изучить кулинарные традиции земли нижегородской.

На основе анализа олимпийского меню проектная группа выдвинула идею о создании блюд в форме символов и атрибутов чемпионата мира по футболу, например, в виде кубка, который вручается победителю.

Одновременно возникла идея переименовать традиционные блюда в меню в названия, связанные с футболом. Например, «цыпленок табака» - «ловкий вратарь», «креветки в кляре» - «гол в воротах» или «заливное мясо» - «судью на мыло».

Проектная группа предложила разработать детское футбольное меню под общей концепцией «Быстрейшие! Высочайшие! Сильнейшие!».

Проектной группе понравился опыт одного из рестораторов Сочи, который специально к олимпийским играм на крыше своего отеля создал эко-огород и организовал свою пасеку. Это позволило ему всегда использовать в приготовлении блюд только экологически чистые и свежие овощи и зелень. Команда проектной группы пошла дальше и разработала бизнес-план создания при отеле небольшой страусиной фермы. Общеизвестно, что мясо страуса - это диетический полезный продукт, который может стать «фишкой» футбольного меню ресторана. Плюс к этому страусиные перья можно использовать при оформлении ресторана или для изготовления сувенирной продукции.

Были разработаны и новые интерьерные решения. Так, было предложено смонтировать барную стойку в виде огромного футбольного мяча. Повесить на стену плазменный телевизор для просмотра прямых трансляций матчей. Установить в ресторане музыкальный автомат, в который уже закачаны песни по футбольной и спортивной тематике.

Все эти предложения проектной группы были одобрены руководством отеля и оформлены в заявке на участие в конкурсе «Футбольный едок - 2014».

#### *Задания*

1. Спрогнозируйте, с какими управленческими, организационными проблемами и проблемами управления персоналом столкнется руководство ресторана и всего отеля в целом в случае одобрения заявки на участие в конкурсе и реализации всех предложенных идей.

2. Предложите другое название конкурса на лучшее футбольное меню (название должно быть оригинальным, отражать содержание конкурса и привлекать внимание).

3. Разработайте предложения по составу команды проектной группы по разработке футбольного меню и интерьера ресторана.

4. Разработайте предложения по названию фирменного блюда, представляющего Город N в футбольном меню ресторана отеля.

5. Разработайте предложения по созданию блюд в виде футбольных символов и атрибутов.

6. Разработайте новые оригинальные названия для традиционных блюд футбольного меню.

7. Разработайте предложения по названию блюд для детского футбольного меню. Все свои идеи и предложения оформите в презентации PowerPoint, подбери красочные иллюстрации в соответствии с вашими предложениями.

### **Тема 5. Имидж руководителя: понятие, компоненты, структура**

Управление командой.  
ООО "Напрасный Труд"

Формат модуля:

- Индивидуальный кейс

Этап	Время, ч:мин
Подготовка	0:45
Презентация	0:10
Вопросы	0:20
Итого:	1:15

Описание:

Компания "Напрасный Труд" занимается розничной продажей воздушных шариков: торговые представители ходят по квартирам и предлагают жильцам покупать шарик. Сегодня 1 октября.

Вы назначены супервайзером команды, которая работает в ЮВАО Москвы.

Начало рабочего дня в компании – 8:30

Ваш предшественник, Денис Охломонов, уволен "за систематическое невыполнение плана и отсутствие дисциплины в команде"

Ваша команда:

- Ксения Тупчак
- Степан Огурцов
- Филипп Наливайко
- Герман Ослович
- Стелла Хомякова

Результаты работы команды в сентябре:

	План	Продажи
Герман Ослович	8000	7700
Ксения Тупчак	8000	8150
Стелла Хомякова	8000	7650
Степан Огурцов	8000	8100
Филипп Наливайко	8000	8000

Схема зарплаты:

- 6% от объема продаж

Из беседы с Денисом Охломоновым Вы узнали следующее:

Ксения Тупчак

- 25 лет
- Стаж – 2 года
- Не замужем
- Были жалобы от клиентов типа: "Мы сказали, что нам ничего не надо, а она все ходит и ходит ..."
- Дважды была уличена в приписках – в отчетах завышала реальные показатели
- Говорит медленно, растягивая слова
- Мимика выражена слабо
- В команде общается только с Филиппом Наливайко
- Образование: швея-мотористка
- Увлечения: шейпинг, бары / дискотеки, мужчины

Степан Огурцов

- 24 года
- Стаж – 1.5 года
- Женат, дочке 2 года

- Отчеты сдает всегда вовремя
- Всегда готов выйти на подмену в свой выходной
- Считает, что его должны были назначить супервайзером после увольнения Дениса
- Тяжело сходится с людьми
- В прошлом году сломал клиенту челюсть за то, что тот обозвал Степана нецензурным словом
- Увлечения: КМС по боксу. Туристические походы, рафтинг, лыжи

Филипп Наливайко

- 26 лет
- Стаж – 3 года
- Разведен, сыну 4 года
- Постоянные проблемы с отчетностью – сдает не вовремя, ошибается, ...
- Иногда опаздывает на работу. Говорит, что проспал
- Может позвонить в 10 утра и сказать, что не выйдет на работу, потому что вчера "немножко перебрал..."
- С удовольствием занимается организацией "командного отдыха"
- Рубаха-парень, душа компании
- С энтузиазмом берется за любое дело
- Жизнерадостный, активный, энергичный
- Легко общается с неприятными, грубыми, "тяжелыми" клиентами
- Увлечения: играет на гитаре, поет. Футбол (болельщик). Алкоголь

Герман Ослович

- 22 года
- Стаж – 4 года
- Любит общаться с новыми клиентами
- Никогда не возвращается к клиенту, который ему отказал
- Отличные отношения с коллегами в команде
- В проблемных ситуациях предпочитает искать решение с помощью коллег
- Легко формулирует свои мысли, говорит логично и убедительно
- Внимательный слушатель
- Учится в МГУ на вечернем отделении
- Папа – декан МГУ
- Увлечения: философия, литература, международный туризм, дайвинг

Стелла Хомякова

- 19 лет
- Не замужем. Сыну 1 год.
- Стаж – 0.5 года
- На работу выходит раньше на 30 – 40 мин
- Вечером часто задерживается на 1 – 2 часа
- Есть благодарность от клиента: Вернула лишние деньги, выплаченные ей ошибочно
- В случае отказа клиента может нагрубить. Или расплакаться и убежать...
- Учится на вечернем отделении
- Яркий, вызывающий макияж
- Увлечения: спортивно-бальные танцы, женские романы

Ваш менеджер сообщил Вам следующее:

- Результаты работы команды в сентябре – неудовлетворительные
- Дисциплина - отсутствует
- Ваша задача – выполнить план и укрепить дисциплину
- План на октябрь на 10% выше, чем на сентябрь
- Необходимо уволить одного человека



В сентябре произошло 3 инцидента:

- Ксения Тупчак и Филип Наливайко не вышли на работу 19/09 без уважительной причины
- Во время собрания Степан Огурцов подрался с Германом Ословичем, после чего Ослович неделю был на больничном
- Стелла Хомякова швырнула в лицо клиенту пакет с шариками, клиент обратился в милицию с заявлением

.....

*Задание:*

- Подготовить план Ваших действий на текущий месяц
- Обосновать все принятые Вами решения
- Рассказать, какой Вы видите команду и результаты ее работы через 6 месяцев.

## Тема 6. Корпоративный имидж

Управление проектами.  
Киностудия "Mega-Film"

Формат модуля:

- Деловая игра
- Две команды (5-6 чел. в команде)
- Капитаны команд назначаются. Капитан исполняет роль режиссера

Этап	Время, ч:мин
Работа в группах: Планирование проекта - график Ганта	0:30
Все вместе: Защита графиков проекта	0:15
Работа в группах: Сценарий	0:30
Работа в группах: Выбор актеров	0:15
Работа в группах: Съемка	2:00
Все вместе: Просмотр	0:20
Все вместе: Обсуждение	1:00
<b>Итого:</b>	<b>4:50</b>

### Задание командам

Ваша команда – сотрудники киностудии «Mega-Film».

В киностудии работают две съемочные группы – «Альфа» и «Омега».

Администрации киностудии удалось договориться с одним из известнейших продюсеров о съемках фильма на тему «Создание идеального сотрудника компании» в категории «Ультрасовременные биотехнологии»

Продюсер поставил перед киностудией несколько условий:

- Фильм снимается одновременно двумя группами, причем группа «Альфа» снимает первую половину фильма, а группа «Омега» - вторую
- Группы работают изолированно друг от друга
- Обязательно наличие единой сюжетной линии
- Длительность каждой половины фильма – 10 мин
- В фильме должен быть главный герой (собственно, тот самый «Идеальный сотрудник»), которого зрители увидят и в первой, и во второй половине
- Наличие «голоса за кадром», раскрывающего смысл и содержание сюжета
- Время на подготовку, съемку и обработку материалов - 3 ч. 30 мин.
- Упрощенная процедура монтажа: фрагменты, отснятые на камеру редактировать нельзя! Редактирование (на компьютере) заключается в удалении ненужных фрагментов и в задании правильной последовательности фрагментов
- Звук записывается «вживую», этапа озвучивания нет

**Этапы работы над проектом «Создание идеального сотрудника компании»**

В таблице представлены некоторые этапы работы над проектом, которые необходимо выполнить.

Этапы представлены в случайном порядке.

Выбор названия фильма
Определение нужного реквизита
Выбор и утверждение актеров
Съемка материала
Монтаж фильма (упрощенный вариант)
Согласование графика выполнения проекта с другой съемочной группой
Изготовление костюмов
Разработка сценария
Разучивание ролей
Распределение обязанностей в команде
Определение экспозиции (расстановка предметов и актеров в кадре)
Разработка графика выполнения проекта
Согласование сценария с другой съемочной группой
Разработка дизайна костюмов
Разработка текста для диктора
Подбор реквизита
Согласование названия фильма с другой съемочной группой

### Рекомендации по выполнению проекта

- Начинайте работу с расстановки этапов проекта в том порядке, который считаете правильным.
- Для каждого этапа необходимо определить его длительность
- Общее время, выделенное на выполнение проекта – 3 ч. 30 мин. (это чистое время - перерывы сюда не входят).
- У вас будет возможность согласовать последовательность и длительность этапов выполнения проекта с другой съемочной группой
- Название фильма выбирается съемочными группами. Естественно, название должно быть одно – его необходимо согласовывать с другой съемочной группой
- Так как группы работают изолированно, единственная возможность обмениваться информацией с другой группой – электронная почта (в роли почтовых серверов выступают тренеры)
- Стилль, формат и жанр фильма выбираются съемочными группами.
- В процессе создания фильма используйте весь потенциал вашей команды.
- Распределите обязанности (функции) сотрудников съемочной группы среди участников вашей команды.

Обязанности могут быть, например, такими:

- режиссер (определен)
- ассистент режиссера
- сценарист
- оператор
- звукорежиссер
- осветитель
- художник
- декоратор
- художник по костюмам
- специалист по эффектам
- визажист
- актеры

- ...

Проект «Создание идеального сотрудника компании» считается выполненным, если через 3 ч. 30 мин. ваша съемочная группа представит администрации киностудии «Mega-Film» свою часть фильма, которая удовлетворяет всем сформулированным в задании условиям.

### Тема 9. Технологии формирования положительного имиджа

Выявление и развитие потребностей. Переговоры в Параллельной Вселенной

Формат модуля:

- Двухсторонние переговоры
- Две команды (2-6 чел. в команде)
- В подготовке участвуют все члены команды, в переговорах участвуют 2-3 представителя от команды
- Видеосъемка

Этап	Время, ч:мин
Подготовка	0:20
Раунд №1	0:10
Подготовка	0:10
Раунд №2	0:10
Разбор	1:00
Итого:	1:50

Команда №1. Компания «Beer International»

Исходные данные:

Ваша команда – сотрудники отдела продаж компании «Beer International» (международная компания, производитель пива)

В 2010 г. на Большом Адронном Коллайдере был проведен эксперимент по моделированию Большого Взрыва (в результате которого 15 млрд лет назад образовалась наша Вселенная). Данный эксперимент привел к возникновению микроскопической черной дыры, в центре которой образовалась точка разрыва пространственно-временного континуума.

В результате этих драматических событий вы переместились в Параллельную Вселенную. Законы физики здесь аналогичны тем, к которым мы привыкли, но история развития общества, нравы и обычаи «людей» во многом отличаются.

У вас (у всех вместе) оказались с собой следующие предметы:

- 2 мобильных телефона
- Коммуникатор
- Плеер ipod
- Авторучка
- Органайзер
- 4 банковские карты
- 27000 руб
- Пачка сигарет
- Зажигалка
- 2 Банки пива

Первое, что вы увидели – огромный электронный щит компании «Биотэк», из которого Вы узнали следующее:

Планета, на которой вы сейчас находитесь, называется F-27 (Галактика А). Компания «Биотэк» (штаб-квартира расположена на планете L-18, Галактика А) занимается разработкой, производством и продажей различных видов и компонентов биотоплива.

Из разговора с сотрудником службы безопасности «Биотэк» случайно выяснилось,

что в Галактике А вообще не знают, что такое пиво и сигареты – для «снятия стресса» жители глотают специальные капсулы...

Руководители «Биотэк», узнав о вашем появлении на F-27, предложили вам встретиться «для обмена информацией».

Вы обсудили сложившуюся ситуацию, и пришли к следующим выводам:

- Галактика, в которую вы попали, по-видимому, является высокоразвитой. Вполне возможно, что здесь существуют технологии, обеспечивающие перемещение между Вселенными
- Компания «Биотэк» работает в области высоких технологий. Видимо, через нее можно будет выйти на организации, которые смогут реализовать ваше возвращение
- Видимо, такое перемещение стоит не дешево. Из предметов, которые есть у вас, наибольшую ценность для Биотэк могут представлять пиво и сигареты. Если вам удастся заинтересовать Биотэк перспективами развития рынка пива или сигарет на F-27 (и во всей Галактике А), вы сможете продать свои образцы и вернуться на Землю.
- У каждого из вас на Земле остались родственники, друзья, любимые, Нужно сделать все возможное для того, чтобы вернуться!

*Задание для команды:*

- Провести переговоры с представителями компании «Биотэк»
- Выяснить, какие потребности сотрудников «Биотэк» могут быть удовлетворены с помощью ресурсов, имеющихся в вашем распоряжении.
- Понять, как вы можете использовать потребности сотрудников «Биотэк» для достижения своих целей
- Разделить выявленные потребности на явные и скрытые. С помощью извлекающих вопросов развить скрытые потребности
- Опираясь на потребности, сформулировать предложение, которое заинтересует ваших партнеров по переговорам

*Условия:*

- У вас будет 2 раунда переговоров по 10 мин.
- Задачи первого раунда:
  - короткое представление (времени мало, расходуйте его эффективно)
  - выявление потребностей. Задавайте вопросы, чтобы получить максимум информации
- В перерыве между раундами (10 мин) вам нужно:
  - проанализировать полученную информацию, составить список явных и скрытых потребностей оппонентов, которые удалось выявить.
  - определить, какие потребности вы будете развивать для реализации своих целей
  - подготовить вопросы для развития выбранных потребностей
- Задачи второго раунда
  - развить потребности оппонентов
  - сформулировать предложение, реализующее ваши цели, основанное на выявленных потребностях

.....

Команда №2. Компания «Биотэк»

Исходные данные:

Ваша команда – жители «другой», параллельной вселенной, попасть в которую можно из нашей Вселенной через черную дыру, используя специальную технологию. Вы - топ-менеджеры компании «Биотэк». Вы работаете в отделении компании, которое

находится на планете F-27 в Галактике А.

Компания «Биотэк» (штаб-квартира расположена на планете L-18, Галактика А) занимается разработкой, производством и продажей различных видов и компонентов биотоплива. Параллельно в лабораториях «Биотэк» проводятся исследования по разработке новых синтетических продуктов, аналогичных натуральным, для компаний-производителей продуктов питания.

Биотопливо производится из компонентов растительного происхождения по сложной и дорогой технологии. Одного килограмма такого топлива достаточно, чтобы энергетическая станция, обеспечивающая жизнедеятельность города с населением 10 млн. человек, работала в течение года.

«Биотэк» славится на всю Галактику своими химическими и биологическими лабораториями, оборудованными по последнему слову техники и персоналом высочайшей квалификации. Но рынок, на котором работает компания, очень жесткий, конкуренты не останавливаются ни перед чем, чтобы вырваться вперед. Текущий год выдался особенно тяжелым - объемы продаж падают, есть сложности с получением финансирования. Компании срочно нужны новые, свежие идеи для поддержания и дальнейшего развития бизнеса.

Сотрудник службы безопасности сообщил вам о том, что на контрольно-пропускном пункте компании сейчас находится группа «пришельцев». Эти «люди» утверждают, что живут на планете Земля и попали на F-27 совершенно случайно, в результате какого-то неудачного эксперимента. Начальник службы безопасности уже связался с Межгалактическим Центром Исследований Космоса и выяснил, что во Всемирной Базе Данных по Разумным Существом действительно есть планета Земля в галактике Млечный Путь. Совершенно непонятно, как земляне попали сюда, ведь это – перемещение между параллельными вселенными, которое требует очень высокого уровня развития технологии. По данным Всемирной Базы, Земля достигнет соответствующего уровня не ранее, чем через 200 – 300 лет. В Галактике А такие перемещения успешно осуществляются в течение последних 500 лет. Компания «Биотэк» имеет несколько собственных порталов для перемещения.

Обратите внимание, что в Галактике А люди ( и вы тоже :) вообще не знают, что такое сигареты и пиво – для «снятия стресса» жители глотают специальные капсулы...

Так как вашей компании срочно нужны свежие, нестандартные идеи для поддержания и дальнейшего развития бизнеса, вы решили встретиться с Землянами «для обмена информацией». Вы рассчитываете получить от пришельцев новые, неизвестные в Галактике А технологии производства биотоплива, разработанные в параллельной вселенной.

*Задание для команды:*

- Провести переговоры с Землянами
- Получить максимум информации о технологиях производства биотоплива, разработанных в параллельной вселенной
- Выяснить, где и как можно получить дополнительную информацию и образцы биотоплива

*Условия:*

- У вас будет 2 раунда переговоров по 10 мин.
- В перерыве между раундами (10 мин) вам нужно составить список ваших потребностей, разделить эти потребности на явные и скрытые и отметить те потребности, которые удалось выявить Землянам.

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

4.3.1. Формируемые компетенции 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	владение основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения	ПК-11.1	Знание базовых технологий формирования общественного мнения
ДПК-6	способность выделять основы возникновения и разрешения конфликтов на государственной и муниципальной службе, в том числе, конфликта интересов, служебных споров и умение применять их на практике	ДПК-6.1	Знание основ возникновения и разрешения конфликтов на государственной и муниципальной службе
ДПК-7	владение навыками взаимодействия с внешними организациями (Пенсионным фондом, Фондом социального страхования, Фондом обязательного медицинского страхования, органами охраны правопорядка и безопасности, судами).	ДПК-7.1	Знание особенностей взаимодействия с внешними организациями

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ПК-11.1 Знание базовых технологий формирования общественного мнения	Знает методы исследования общественного мнения с позиций целей и задач своей организации.	Уверенно и свободно определяет различные методы исследования общественного мнения с позиций целей и задач организации.
ДПК-6.1 Знание основ возникновения и разрешения конфликтов на государственной и муниципальной службе.	Знает причины возникновения и методы разрешения конфликтов интересов на государственной и муниципальной службе	Глубоко и всесторонне знает причины и методы разрешения конфликтов интересов на государственной и муниципальной службе
ДПК-7.1 Знание особенностей взаимодействия с внешними организациями.	Знает методы и формы взаимодействия с внешними организациями	Глубоко и всесторонне знает методы и формы взаимодействия с внешними организациями

#### 4.3.2. Типовые оценочные средства

Вопросы к зачету

1. Определение понятия имиджологии. Компоненты имиджа личности.
2. Имидж-эффект. Имидж и символ. Разновидности имиджа.
3. Принципы имиджологии.
4. Приоритетные функции имиджа (ценностные, технологические).

5. Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа.
6. Роль механизмов социально-психологического влияния в процессе формирования имиджа.
7. Морально-этические проблемы деятельности имиджмейкера по формированию имиджа.
8. Формирование имиджа политика и руководителя как создание социальной реальности в сознании людей.
9. Общественное мнение и общественное сознание как факторы формирования имиджа.
10. Когнитивные процессы в основе формирования имиджа руководителя.
11. Социальные стереотипы и установки как факторы формирования имиджа руководителя.
12. Семиотические процессы формирования имиджа руководителя.
13. Психологический механизм принятия информации (феномен когнитивного равновесия).
14. Формирование имиджа руководителя в среде массовой коммуникации. Роль средств массовой информации в формировании социальной реальности.
15. Технология имиджирования руководителя.
16. Стратегии и тактики построения имиджа руководителя. Виды имиджирующей информации.
17. Стихийность и целенаправленность в формировании имиджа эффективного руководителя.
18. Этапы формирования имиджа руководителя и их характеристика.
19. Обеспечение постоянства имиджа руководителя.
20. Имидж руководителя и корпоративная культура.
21. Типологии личности как основа для оценки имиджевой предрасположенности потребителей.
22. Самопрезентация как комплексная технология формирования имиджа руководителя.
23. Факторы восприятия личности руководителя в общественном сознании.
24. Использование психодиагностики для создания психологического портрета личности.
25. Компоненты имиджа руководителя: личностный, социальный, профессиональный.
26. Свойства имиджа руководителя - адекватность, ответственность, устойчивость, целостность, презентабельность.
27. Создание установки принятия имиджа руководителя (ситуативной, фиксированной).
28. Понятие и характеристика корпоративного имиджа.
29. Роль имиджа государственного органа, должностного лица, государственного служащего в условиях современного государственного управления.
30. Внешний и внутренний имидж руководителя. Связь внутреннего имиджа с корпоративной культурой.
31. Имидж руководителя в структуре имиджа учреждения.
32. Алгоритм совершенствования имиджа руководителя.
33. Основные мероприятия по совершенствованию имиджа руководителя.
34. Образ руководителя в российском обществе.
35. Образ политика в российском обществе.
36. Образ государственного служащего в российском обществе.
37. Имидж женщины – эффективного руководителя.
38. Имидж мужчины – эффективного руководителя.

39. Нормативно-правовые основы имиджмейкерства: международный и российский опыт.
40. Политический и геополитический имидж современной России.
41. Имидж и карьера руководителя (государственного служащего).
42. Имидж руководителя и коммуникации. Навыки эффективного коммуникатора.
43. Имидж антиконфликтного руководителя.
44. Имиджелогия как междисциплинарная наука.
45. Социально-психологический портрет слабого и сильного руководителя.
46. Стратегии построения современного имиджа эффективного руководителя.

#### Типовые задания:

Типовые задания даются из кейс-заданий по темам дисциплины в зависимости от вопросов в билете.

#### Шкала оценивания.

Оценка знаний, умений, навыков проводится на основе балльно-рейтинговой системы: 30% из 100% (или 30 баллов из 100) - вклад в итоговую оценку по результатам промежуточной аттестации.

При оценивании ответа обучающегося в ходе промежуточной аттестации можно опираться на следующие критерии:

Баллы	Критерий оценки
26-30	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, 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.
16-25	Обучающийся показывает достаточный уровень компетентности, знания материалов занятий, учебной и методической литературы, законодательства и практики его применения. Уверенно и профессионально, грамотным языком, ясно, четко и понятно излагает состояние и суть вопроса. Знает нормативно-законодательную и практическую базу, но при ответе допускает несуществен-



	<p>ные погрешности. Обучающийся показывает достаточный уровень профессиональных знаний, свободно оперирует понятиями, методами оценки принятия решений, имеет представление: о междисциплинарных связях, увязывает знания, полученные при изучении различных дисциплин, умеет анализировать практические ситуации, но допускает некоторые погрешности. Ответ построен логично, материал излагается хорошим языком, привлекается информативный и иллюстрированный материал, но при ответе допускает некоторые погрешности. Вопросы не вызывают существенных затруднений.</p>
6-15	<p>Обучающийся показывает достаточные знания материалов занятий, но при ответе отсутствует должная связь между анализом, аргументацией и выводами. На поставленные членами комиссии вопросы отвечает неуверенно, допускает погрешности. Обучающийся владеет практическими навыками, привлекает иллюстративный материал, но чувствует себя неуверенно при анализе междисциплинарных связей. В ответе не всегда присутствует логика, аргументы привлекаются недостаточно веские. На поставленные вопросы затрудняется с ответами, показывает недостаточно глубокие знания.</p>
0-5	<p>Обучающийся показывает слабые знания материалов занятий, 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.</p>

Шкала перевода оценки из многобалльной системы в пятибалльную:

- обучающемуся выставляется оценка «не зачтено», если обучающийся набрал менее 50 баллов,
- оценка «зачтено» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 50 до 100 баллов;
- 100 баллов выставляется при условии выполнения всех требований, а также при обязательном проявлении творческого отношения к предмету, умении находить оригинальные, не содержащиеся в учебниках ответы, умении работать с источниками, которые содержатся в дополнительной литературе к курсу, умении соединять знания, полученные в данном курсе со знаниями других дисциплин.

#### 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.

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

Методические указания по самостоятельной подготовке 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 самостоятельного изучения (самопроверки):

1. Современный имидж эффективного руководителя: стратегии построения.
2. Культурно-этические проблемы формирования имиджа руководителя.
3. Имиджелогия как компонент науки управления.
4. Теория, практика и искусство формирования имиджа эффективного руководителя.
5. Имидж мужчины - эффективного руководителя и лидера: специфика формирования.
6. Имидж женщины - эффективного руководителя и лидера: специфика формирования.
7. Профессионально-этические проблемы политического имиджмейкерства.
8. Формирование имиджа эффективного руководителя.
9. Самопрезентация руководителя: методика и перспективные технологии.
10. Эффективный инструментальный современной теории и практики формирования имиджа руководителя.
11. Имидж политического лидера.
12. Типы имиджей в различных сферах профессионально-управленческой деятельности и технологии их формирования.
13. Имидж государственного политика в российском социуме.
14. Имидж государственного служащего в российском социуме.
15. Имидж руководителя как интегральный социальный образ.
16. Восприятие имиджа руководителя в коллективе.
17. Организационная культура и имидж руководителя.
18. Политический имидж современной России.
19. Геополитический имидж современной России.

*Методические рекомендации по подготовке доклада:*

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.
- Контроль самостоятельной работы осуществляется в рамках опросов по темам,

предусмотренным рабочей программой дисциплины.

*Методические рекомендации 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.

Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся

*Рекомендации по подготовке к дискуссии:*

Подготовка представляет собой проектирование обучающимся обсуждения в группе в форме дискуссии. В этих целях обучающему необходимо:

- самостоятельно выбрать тему (проблему) дискуссии;
- разработать вопросы, продумать проблемные ситуации (с использованием периодической, научной литературы, а также интернет-сайтов);
- разработать план-конспект обсуждения с указанием времени обсуждения, вопросов, вариантов ответов.

*Методические рекомендации по решению кейс-заданий*

Кейс-задание, кейс (case) – это конкретная практическая ситуация, рассказывающая о той или иной ситуации, в которой зачастую заложена некая проблема.

Анализ ситуации целесообразно начинать с выявления признаков законности и нарушений в поставленной проблеме;

Корректная остановка проблемы требует ясности, четкости, а главное четкости формулировки;

Успех в решении проблемы зависит от выработки различных способов действий в данной ситуации –альтернатив;

Необходимым условием для принятия окончательного решения является выявление вариантов решения проблемы – требований к содержанию альтернатив и их обоснование;

При выборе решения нужно опираться как на исторический анализ положительных и отрицательных последствий каждого, так и на анализ необходимости осуществления решений;

При составлении процедуры решения нужно ориентироваться на первоначальные цели и реальность ее воплощения.

На данном этапе после презентации решений во время общей дискуссии можно рекомендовать обсудить 4 вопроса:

Почему ситуация выглядит как дилемма?

Кто принимал решения?  
 Какие варианты решения имели место?  
 Что надо было делать?

## **6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

### **6.1. Основная литература**

1. Борщевский Г.А. Государственная служба: учебник и практикум для академического бакалавриата / Г.А. Борщевский. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2016. – 381 с. – Электронный ресурс: <http://www.biblio-online.ru/book/7037E34E-5CFE-4F34-92FE-BE04D4FCE974>
2. Кларк Д. Персональный ребрендинг: как изменить свой имидж, сохранив репутацию. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 212 с. – Электронный ресурс: <http://www.iprbookshop.ru/39334>
3. Ушакова Н.В. Имиджелогия: учебное пособие. – 2-е изд., испр. – М.: Дашков и К, 2012. – 280 с.

### **6.2. Дополнительная литература**

1. Государственная и муниципальная служба: учебник и практикум для академического бакалавриата / Е.В. Охотский [и др.]; под общ. ред. Е.В. Охотского. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 403 с. – Электронный ресурс: <http://www.biblio-online.ru/book/47C0FF07-9A74-4578-BC2B-569592B22048>
2. Государственная служба России: развитие и управление человеческим капиталом: сборник научных статей / предисл.: С.Е. Нарышкин; РАНХиГС при Президенте РФ. – М.: Дело, 2013. – 298 с.
3. Жирков Р.П. Этика государственной службы и государственного служащего: учебное пособие. – СПб.: Интермедия, 2014. – 162 с. – Электронный ресурс: <http://www.iprbookshop.ru/27999>
4. Мирошниченко О.Н., Михайлова М.В. Формирование позитивного образа государственного гражданского служащего: отечественный и зарубежный опыт // Вестник Чувашского университета. – 2013. – № 4. – Электронный ресурс: <http://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-pozitivnogo-obrazagosudarstvennogo-grazhdanskogo-služhaschego-otechestvennyy-izarubezhnyy-opyt#ixzz48GAFJPmD>
5. Огнева В.В., Дорохова Ю.В. Имидж государственного гражданского служащего региона как предмет социально-политического анализа // Известия Тульского государственного университета. – Гуманитарные науки. – 2014. – № 1. – С. 152–163. – Электронный ресурс: <http://elibrary.ru/download/85556771.pdf>
6. Haq S. State of Ethics in the Public Service of Bangladesh: What are Public Servants Thinking? // Journal of Alternative Perspectives in the Social Sciences. – 2015. – Т. 7. – №. 2. – С. 106–128.

### **6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы**

1. Акимова Е.Ю. Социально-психологический анализ профессиональной деятельности государственных служащих / Е.Ю. Акимова // В мире научных открытий. – 2011. – № 4.
2. Алехина И.В. Имидж и этикет делового человека / И.В. Алехина. – М., 2012. – 139 с.
3. Горчакова В.Г. Имиджелогия: учеб. для гуманит. вузов / В.Г. Горчакова. – М.: Юнити-Дана, 2011. – 335 с.

4. Духовно-нравственные проблемы государственной службы Российской Федерации: материалы социологического исследования (октябрь – май 2009 г.). – М., 2010.
5. Имидж России: концепция национального и территориального брендинга / И.А. Василенко, Е.В. Василенко, Н.Н. Емельянова, В.Н. Ляпоров, А.Н. Люлько; под ред. И.А. Василенко. – 2-е изд., доп. и перераб. – М.: Экономика, 2014. – 247 с.
6. Кабашов С.Ю. Морально-этические и правовые основы государственного и муниципального управления. – М.: Дело, 2010.
7. Почепцов Г. Имиджелогия. – М. 2009.
8. Сеин С.В. Психолого-акмеологические особенности деловой репутации государственных служащих // Акмеология. – 2012. – № 1.
9. Тавокин Е.П. Государственные служащие: самооценка эффективности, деловых и нравственных качеств / Е.П. Тавокин // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2012. – № 2. – С. 21.

#### **6.4. Нормативные правовые документы**

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) // РГ. – 25.12.1993. – № 237.
2. О системе государственной службы Российской Федерации: Федеральный закон от 27.05.2003 № 58-ФЗ.
3. О государственной гражданской службе Российской Федерации: Федеральный закон от 27.07.2004 № 79-ФЗ.

#### **6.5. Интернет-ресурсы**

1. <http://Prpro.i-cjnnet.com>(Pr образование)
2. [www.triz-gi.ru](http://www.triz-gi.ru)(методики PR и рекламы)
3. <http://www.ci-journal.ru> - «Корпоративная имиджделогия». Интернет версия журнала «Корпоративная имиджделогия»
4. <http://www.wciom.ru/> - Всероссийский центр изучения общественного мнения. Индексы одобрения деятельности общественных институтов.
5. [www.nnir.ru/](http://www.nnir.ru/) – Российская национальная библиотека
6. [www.nns.ru/](http://www.nns.ru/) – Национальная электронная библиотека
7. [www.rsi.ru/](http://www.rsi.ru/) – Российская государственная библиотека
8. [www.businesslearning.ru/](http://www.businesslearning.ru/) – Система дистанционного бизнес образования
9. <http://www.consultant.ru/>– Консультант плюс
10. <http://www.garant.ru/>– Гарант

#### **6.6. Иные источники**

1. Милованова Т. Основы имиджологии. – М.: Дрофа, 2010. – 160 с.
2. Батайкина С.В. Конструирование имиджа государственной службы средствами массовой информации (опыт эмпирического исследования) / С.В. Батайкина, Л.А. Бурганова // Власть. – 2008. – № 3. – С. 42–45.
3. Бондаренко Т.А. Имидж органов МВД в «милиейских телесериалах» / Т.А. Бондаренко // Социологические исследования. – 2006. – № 9. – С. 114–119.

### **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 LTSC 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/>.