

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

Институт государственной службы и управления

Кафедра регионального управления

УТВЕРЖДЕНА
решением кафедры регионального
управления
Протокол от «26» июня 2018 г. № 10

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.03 Модуль «Управление городом»
Б1.В.03.ДВ.04.01 Имидж и бренды города

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

ИБГ

(краткое наименование дисциплины)

38.04.04 Государственное и муниципальное управление

(код, наименование направления подготовки)

Стратегическое управление городом

(направленность (профиль))

магистр

(квалификация)

Очная, заочная

(формы обучения)

Год набора - 2019

Москва, 2018 г.

Автор-составитель:

доктор социологических наук, профессор, Профессор кафедры общественных связей и медиаполитики Назарова Е.А.

Заведующий кафедрой

Декан факультета международного регионоведения и регионального управления, доктор социологических наук, доцент 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	4
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	11
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	12
6.1. Основная литература	12
6.2. Дополнительная литература	12
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы	13
6.4. Нормативные правовые документы	13
6.5. Интернет-ресурсы	13
6.6. Иные источники	14
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы	14

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

1.1 Дисциплина Б1.В.03.ДВ.04.01 Имидж и бренды города обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-6	способность понимать современные тенденции развития политических процессов в мире, мировой экономики и глобализации, ориентироваться в вопросах международной конкуренции	ПК-6.3	Способность влияние тенденций социально-политического развития на развитие гражданского общества, проблем имиджа и бренда территорий

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
применение технологий управления общественно-политическими процессами и анализа состояния экономики отраслей бюджетного сектора, отдельных организаций, определения экономических последствий, подготавливаемых или принятых решений	ПК-6.3	на уровне знаний: знает технологии формирования имиджа города с учетом тенденций мировой экономики и международной конкуренции
		на уровне умений: умеет выявлять особенности функционирования гражданского общества
		на уровне навыков: владеет методами анализа социально-политического развития

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Общая трудоемкость Б1.В.03.ДВ.04.01 Имидж и бренды города составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем, в очной форме обучения:

составляет 16 часов: лекции – 4 часа, практические занятия – 12 часов. Самостоятельная работа составляет 56 часов.

в заочной форме обучения:

составляет 16 часов: лекции – 4 часа, практические занятия – 12 часов. Самостоятельная работа составляет 52 часа.

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Б1.В.03.ДВ.04.01 Имидж и бренды города предусмотрена

в очной форме - в 3 семестре,

в заочной форме – в 5 семестре.

Б1.В.03.ДВ.04.01 Имидж и бренды города относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины»

В содержательном плане дисциплина опирается на Б1.В.02.02 Управление общественно-политическими процессами (о/о - 1 семестр, з/о – 1,2 семестр), Б1.В.02.06 Связи с общественностью в органах власти (о/о - 2 семестр, з/о – 3 семестр), Б1.В.02.ДВ.03.02 Общественно-политические проекты (о/о - 2 семестр, з/о – 4 семестр).

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – зачет.

3. Содержание и структура дисциплины

очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины, час.					СР	Форма текущего контроля успеваемости** , промежуточной аттестации***
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Тема 1	Имидж города: теоретико-методологические аспекты	16	2		2		12	О
Тема 2	Процесс формирования имиджа города	20	2		4		14	О
Тема 3	Брендинг города: понятие, цели, задачи. Проекты брендинга города	18			4		14	О
Тема 4	Имидж и бренд города как инструмент повышения привлекательности и конкурентоспособности города	18			2		16	О, Р
Промежуточная аттестация								З
Всего:		72	4		12		56	

Примечание:

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

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

заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости**
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КС		

						Р		промежуточной аттестации***
Тема 1	Имидж города: теоретико-методологические аспекты	16	2		2		12	О
Тема 2	Процесс формирования имиджа города	20	2		4		14	О
Тема 3	Брендинг города: понятие, цели, задачи. Проекты брендинга города	14			4		10	О
Тема 4	Имидж и бренд города как инструмент повышения привлекательности и конкурентоспособности города	18			2		16	О, Р
Промежуточная аттестация		4						3
Всего:		72	4		12		52	

Примечание:

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

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

Содержание дисциплины

Тема 1. Имидж города: теоретико-методологические аспекты

Понятие и сущность имиджа, территориальной идентичности. Множественность подходов к определениям. Характеристика основных понятий и категорий. Эволюция концепций имиджмейкинга. Имидж территории, основные теоретические подходы. Структурная модель имиджа города.

Тема 2. Процесс формирования имиджа города

Структура формирования восприятия территории во вне и внутри территории: ассоциации, стереотипы, мемы. Значение культурных и исторических достопримечательностей. Инструменты формирования позитивного восприятия и имиджа города.

Тема 3. Брендинг города: понятие, цели, задачи. Проекты брендинга города

Понятие, цели, задачи брендинга. Система бренда - айдентика и фирменный стиль территории, ее интеграция в навигацию, рекламную и информационную продукцию. Типология визуального брендинга, основные решения направления: проблема смысло- и формообразования (геральдические элементы, национальные образы и достопримечательности, Система зонтичного брендинга. Проблема децентрализации бренда. Особенности территориального брендинга. Основные виды брендинга территорий: городской, региональный, национальный, брендинг стран. Направления брендинга территорий: туристический, глобальный брендинг. Основные инструменты территориального брендинга.

Тема 4. Имидж и бренд города как инструмент повышения привлекательности и конкурентоспособности города

Привлекательность города для жилья/бизнеса/отдыха. Составляющие продукта мест: активы, процессы, каналы распределения и доступность. Факторы конкурентоспособности мест: классификация по сферам жизнедеятельности и сегментам рынка. Цена в маркетинге мест. Составляющие цены места для жителей, фирм, туристов и гостей: стоимость жизни, налогообложение, стоимость коммунальных услуг, стоимость и длительность административных процедур и пр. Анализ конкурентоспособности мест и оценка местной бизнес-среды. PEST и SWOT анализ города в выявлении конкурентных преимуществ территории. Разработка программы развития конкурентных преимуществ. Методы продвижения конкурентных преимуществ города.

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.03.ДВ.04.01 Имидж и бренды города используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема и/или раздел		Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1	Имидж города: теоретико-методологические аспекты	опрос
Тема 2	Процесс формирования имиджа города	опрос
Тема 3	Брендинг города: понятие, цели, задачи. Проекты брендинга города	опрос
Тема 4	Имидж и бренд города как инструмент повышения привлекательности и конкурентоспособности города	Опрос, защита рефератов

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

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,
- участие в обсуждении докладов.
- защита реферата.

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

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

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

Тема 1. Имидж города: теоретико-методологические аспекты

1. Что такое имидж города?
2. В чем суть маркетинга имиджа как стратегического направления территориального маркетинга?
3. В чем суть методики выявления существующего имиджа города?
4. Назовите составляющие имиджа города.

Тема 2. Процесс формирования имиджа города

1. Каковы методы формирования имиджа города?
2. В чем суть визуальных и виртуальных форм городского имиджа?
3. Является ли имидж конкурентным ресурсом территории? Почему?
4. Как формируется имидж города?

Тема 3. Брендинг города: понятие, цели, задачи. Проекты брендинга города

1. Что такое брендинг города?
2. Какова цель и задачи брендинга города?
3. Каковы основные условия возникновения брендинга города?
4. Что такое бренд города?
5. В чем состоит связь между городской идентичностью и брендингом города?
6. В чем суть позиционирования города?
7. Каковы основные направления проектов брендинга города?

Тема 4. Имидж и бренд города как инструмент повышения привлекательности и конкурентоспособности города

1. Каковы причины развития конкуренции между территориями?
2. В чем состоят преимущества территории?
3. Каковы основные факторы, способствующие развитию территории?
4. Назовите основные социально-экономические индикаторы развития территории.
5. Приведите примеры особенностей территории как основы её социально-экономического развития.
6. Назовите факторы конкурентоспособности города на внутреннем и внешнем рынках.
7. В чем состоит суть и особенности SWOT-анализа и PEST-анализа применительно к территории?

Примерные темы рефератов

1. Анализ привлекательности города (на примере).
2. Формирование имиджа города (на примере).
3. Разработка проекта бренда города (на примере).

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-6	способность понимать современные тенденции развития политических процессов в мире, мировой экономики и глобализации, ориентироваться в вопросах международной	ПК-6.3	Способность влияние тенденций социально-политического развития на развитие гражданского общества, проблем имиджа и бренда территорий

	конкуренции		
--	-------------	--	--

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ПК-6.3 Способность влияние тенденций социально-политического развития на развитие гражданского общества, проблем имиджа и бренда территорий	Знает технологии формирования имиджа города с учетом тенденций мировой экономики и международной конкуренции Умеет выявлять особенности функционирования гражданского общества Владеет методами анализа социально-политического развития	Проводит анализ имиджа города с учетом тенденций мировой экономики и международной конкуренции Определяет влияние тенденций социально-политического развития на развитие гражданского общества, проблем имиджа и бренда территорий Дает оценку по вопросам развития политических процессов в мире, мировой экономики и глобализации, международной конкуренции

4.3.2 Типовые оценочные средства

Вопросы к зачету

1. В чем состоят основные подходы к изучению территориальной идентичности?
2. Как территориальная идентичность соотносится с административно-территориальным делением?
3. В чем состоит разница таких понятий как «пространственная идентичность», «территориальная идентичность» и «городская идентичность»?
4. Каковы основные стратегические направления развития территории?
5. Как формируется образ города?
6. В чем состоят основные принципы дифференциации территории?
7. Каковы причины развития конкуренции между территориями?
8. В чем состоят преимущества территории?
9. Каковы основные факторы, способствующие развитию территории?
10. Что такое «твердые» и «мягкие» конкурентные преимущества территории?
11. Каким образом можно выявлять преимуществ территории?
12. В чем состоит суть SWOT-анализа и PEST-анализа применительно к территории?
13. В чем состоят особенности SWOT- анализа территории?
14. В чем заключаются особенности PEST-анализа как инструмента изучения внешней среды территории?
15. В чем состоит стратегическое планирование города?
16. Какие существуют виды целевых аудиторий и в чем их особенность в процессе формирования имиджа города?
17. Каким образом происходит выявление заинтересованных сторон и определение целевых аудиторий в брендинге города?
18. В чем состоят эффективные приемы формирования стратегии бренда города?
19. В чем суть продвижение бренда: прямая и косвенная коммуникация?
20. В чем состоят основные инструменты развития бренда города?
21. Каковы способы и методы оценки успешности бренда города?
22. Почему имидж может выступать как инструмент развития городской среды?
23. Почему бренд может выступать как инструмент развития городской среды?

Задания к зачету

1. Назовите основные социально-экономические индикаторы развития территории.
2. Приведите примеры особенностей территории как основы её социально-экономического развития.
3. Назовите факторы конкурентоспособности города на внутреннем и внешнем рынках.

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 несущественные 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 анализирует 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.
6-15	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.
0-5	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.

Шкала перевода из многобалльной системы в традиционную:

- 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 дополнительной литературе к курсу, умении соединять знания, полученные в данном курсе со знаниями других дисциплин.

4.4. Методические материалы

Студент допускается к зачету по дисциплине в случае выполнения им всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины.

Студенту необходимо внимательно изучить и осмыслить материалы вопросов к зачету, представленные в рекомендованных учебниках и других источниках (Интернет-ресурсы, научно-методические журналы и пр.). Структурировать теоретический материал, составить план его представления.

Ответ вопрос и решение практического задания важно излагать с позиции значения для профессиональной деятельности. При этом важно показать знание не только теории вопроса, но и практическое применение.

Результат по сдаче зачета объявляется студентам и вносится в экзаменационную ведомость и зачетную книжку. «Не зачтено» проставляется в ведомости.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

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.

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 самостоятельной подготовки (самопроверки):

1. История возникновения и развития городов.
2. Тенденции мирового процесса урбанизации.
3. Процесс урбанизации в экономически развитых и развивающихся странах.
4. Корпоративная культура как продукт социально-корпоративной организации местного самоуправления
5. Безопасность в современном городе.
6. Конкурентоспособность города.
7. Основные подходы к представлению города.
8. Пограничность города.

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 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.

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. Арженовский И.В. Маркетинг регионов [Электронный ресурс]: учебное пособие/ И.В. Арженовский— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 135 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/15388.html>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Стратегии городского развития: проблемы, механизмы, ресурсы [Электронный ресурс]/ Д.К. Абрамичев [и др.].— Электрон. текстовые данные.— Ростов-на-Дону: Южный федеральный университет, 2011.— 408 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/47143.html>.— ЭБС «IPRbooks»

6.2. Дополнительная литература

1. Грошев И.В. Системный бренд-менеджмент [Электронный ресурс]: учебник/ И.В. Грошев, А.А. Краснослободцев— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 656 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10509.html>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Соколова Н.Г. Исследование и совершенствование методики формирования бренда города [Электронный ресурс]: монография/ Н.Г. Соколова, Л.С. Опалева— Электрон. текстовые данные.— Саарбрюккен: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2014.— 101 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/54499.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Сорокина А.В. Координация пространственного и отраслевого развития в рамках кластеров [Электронный ресурс]: опыт зарубежных стран/ А.В. Сорокина— Электрон. текстовые данные.— М.: Дело, 2014.— 36 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/51006.html>.— ЭБС «IPRbooks»

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. 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»
2. Образовательные инновации и практики карьеры : сборник методических материалов и статей / РАНХиГС при Президенте РФ. - М. : Дело, 2015. - 192 с.
3. 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»
4. 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 (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ) // Собрание законодательства РФ. 2014, № 31, ст. 4398.
2. Федеральный закон от 12 июня 2002 года № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации»
3. Федеральный закон от 11 июля 2001 года № 95-ФЗ «О политических партиях»
4. Федеральный закон от 10 января 2003 года № 19-ФЗ «О выборах Президента Российской Федерации»
5. Федеральный закон от 22 февраля 2014 года № 20-ФЗ «О выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации»
6. Федеральный закон от 3 ноября 2015 года № 300-ФЗ «Об утверждении схемы одномандатных избирательных округов для проведения выборов депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации»
7. Федеральный закон от 18 мая 2005 года N 51-ФЗ «О выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации»
8. Федеральный закон от 10 января 2003 года № 20-ФЗ «О Государственной автоматизированной системе Российской Федерации «Выборы» »
9. Федеральный закон от 26 ноября 1996 года № 138-ФЗ «Об обеспечении конституционных прав граждан Российской Федерации избирать и быть избранными в органы местного самоуправления»
10. Федеральный закон от 12 мая 2009 года N 95-ФЗ «О гарантиях равенства парламентских партий при освещении их деятельности государственными общедоступными телеканалами и радиоканалами»

6.5. Интернет-ресурсы

1. Информационно-правовая база "Консультант Плюс" – <http://www.consultant.ru>
2. Информационно-правовая база "Гарант Сервис" – <http://www.garant.ru>
3. <http://www.government.gov.ru> – Официальный сайт Правительства РФ.
4. Послания Президента Российской Федерации Федеральному Собранию Российской Федерации - <http://www.kremlin.ru/events>
5. Российская газета - <http://www.rg.ru/>

6.6. Иные источники

1. Бильчак В.С. Формирование устойчивого развития предприятия региона [Электронный ресурс]: механизмы, методы, управление (эколого-экономический аспект). Монография/ В.С. Бильчак, А.И. Бородин— Электрон. текстовые данные.— Калининград: Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта, 2009.— 186 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/23954.html>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Маркетинг регионов [Электронный ресурс]: учебно-методический комплекс для магистрантов. Направление 080100.68 – Экономика. Магистерская программа – Региональная экономика/ — Электрон. текстовые данные.— Нижний Новгород: Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2013.— 30 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/20791.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Протасова О.Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества [Электронный ресурс]: учебное пособие/ О.Л. Протасова, Э.В. Бикбаева, М.Д. Наумова— Электрон. текстовые данные.— Тамбов: Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2015.— 80 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/64567.html>.— ЭБС «IPRbooks»
4. Тлепбергенова А.А. Страновой имидж [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов бакалавриата университетов, обучающихся по специальностям «Журналистика», «Связь с общественностью»/ А.А. Тлепбергенова— Электрон. текстовые данные.— Алматы: Казахский национальный университет им. аль-Фараби, 2011.— 78 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/58451.html>.— ЭБС «IPRbooks»

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; Российская государственная библиотека. URL: www.rsl.ru; Российская национальная библиотека. URL: 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/>.