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

Институт государственной службы и управления

Кафедра зарубежного регионоведения и международного сотрудничества

УТВЕРЖДЕНА
решением кафедры зарубежного регионоведения и международного сотрудничества
Протокол от «26» июня 2018 г. № 10

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.03 Модуль «Социокультурные коммуникации»

Б1.В.03.ДВ.08.02 Формирование международного имиджа государства (Formation of the state international image)

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

Форм.межд.им.гос.

(краткое наименование дисциплины (модуля))

41.03.01 «Зарубежное регионоведение»

(код, наименование направления подготовки)

Аналитика и консалтинг в международных отношениях (с углубленным изучением иностранных языков)

(направленность (профиль))

бакалавр

(квалификация)

очная

(форма обучения)

Год набора – 2019

Москва, 2018 г.

Автор–составитель:

доктор социологических наук, доцент, декан факультета международного регионоведения и регионального управления Комлева В.В.

Заведующий кафедрой

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

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы....4
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО....5
3. Содержание и структура дисциплины....6
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине....7
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины....19
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине....20
6.1. Основная литература....21
6.2. Дополнительная литература....21
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы....21
6.4. Нормативные правовые документы....21
6.5. Интернет-ресурсы....22
6.6. Иные источники....22
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы....22

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

1.1 Дисциплина Б1.В.03.ДВ.08.02 Формирование международного имиджа государства (Formation of the state international image) обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПКр-5	Способен пользоваться современными информационно-коммуникационными технологиями связи	ПКр-5.2	Способность определять основные требования к применению современными информационно-коммуникационными технологиями связи
ДПК-8	Способен осуществлять консультирование по социокультурным и общественно-политическим вопросам развития региона специализации	ДПК-8.4	Способность проводить оценку социокультурным и общественно-политическим вопросам развития региона специализации
ДПК-10	Способен применять методы исследования общественного мнения для принятия управленческих решений	ДПК-10.2	Способность осваивать методы исследования общественного мнения для принятия управленческих решений

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
работать с российскими и зарубежными базами данных, применять технологии поиска информации осуществлять сбор и обработку необходимой информации; проводить анализ информационного пространства, каналов информирования	ПКр-5.2	на уровне знаний: знает основные требования к применению современными информационно-коммуникационными технологиями связи в профессиональной деятельности
		на уровне умений: соблюдает основные требования к применению современными информационно-коммуникационными технологиями связи в профессиональной деятельности
		на уровне владений: определяет

		основные требования основные требования к применению современными информационно-коммуникационными технологиями связи в профессиональной деятельности
осуществлять консультирование по общественно-политическим, социально-экономическим, социокультурным вопросам развития региона специализации; готовить обзоры, информационные, аналитические материалы по вопросам международного сотрудничества, развития зарубежных регионов, региональной политики, общественно-политического, социально-экономического, социокультурного развития регионов	ДПК-8.4	на уровне знаний: демонстрирует знание методики оценивания социокультурных и общественно-политических особенностей региона специализации
		на уровне умений: проводит оценку социокультурных и общественно-политических особенностей региона специализации
		на уровне владений: опирается на знание методики оценивания социокультурных и общественно-политических особенностей региона специализации
осуществлять консультирование по общественно-политическим, социально-экономическим, социокультурным вопросам развития региона специализации; готовить обзоры, информационные, аналитические материалы по вопросам международного сотрудничества, развития зарубежных регионов, региональной политики, общественно-политического, социально-экономического, социокультурного развития регионов	ДПК-10.2	на уровне знаний: демонстрирует знание научных подходов, концепций и методов, выработанных в рамках исследования общественного мнения
		на уровне умений: проводит анализ возможностей применения методов исследования общественного мнения для принятия управленческих решений
		на уровне владений: осуществляет поиск информации, применение научных подходов, концепций и методов, выработанных в рамках исследования общественного мнения

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Общая трудоемкость Б1.В.03.ДВ.08.02 Формирование международного имиджа государства (Formation of the state international image) составляет 2 зачётные единицы, 72 часа.

Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем, составляет 32 часа: лекционные занятия – 16 часов, практические занятия – 16 часов. Самостоятельная работа составляет 40 часов.

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.03.ДВ.08.02 Формирование международного имиджа государства (Formation of the state international image) предусмотрена на 4 курсе, в 7 семестре, преподается на английском языке.
Дисциплина Б1.В.03.ДВ.08.02 Формирование международного имиджа государства (Formation of the state international image) относится к дисциплинам по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 «Дисциплины (модули)».
В содержательном плане дисциплина опирается на
Б1.В.01.02 Информационные ресурсы и базы данных по зарубежному регионоведению (3 семестр),
Б1.В.03.01 Социология (3 семестр),
Б1.В.03.ДВ.02.01 Этнология и этнопсихология (2 семестр),
Б1.В.03.ДВ.02.02 Этика делового общения (2 семестр),
Б1.В.03.ДВ.03.01 Религии мира (2 семестр),
Б1.В.03.ДВ.03.02 Религии мира (Religions of the world) (2 семестр),
Б1.В.03.ДВ.03.03 Логика (2 семестр),
Б1.В.03.ДВ.07.01 Конфликтология и управление конфликтами (6 семестр),
Б1.В.03.ДВ.07.02 Конфликтология и управление конфликтами (Conflictology and conflict management) (6 семестр),
Б1.В.03.ДВ.07.03 Политические конфликты (6 семестр).
Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – зачет с оценкой.

3. Содержание и структура дисциплины
Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации***
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Тема 1	Международный имидж государства как историко-культурный феномен. International image of the state as a historical and cultural phenomenon.	8	2		2		4	О
Тема 2	Международный имидж государства: ведущие типы и элементы. International image of the state: leading types and elements.	8	2		2		4	О
Тема 3	Политический имидж постсоветская практика и уроки России. Political image post-Soviet practice and lessons of Russia.	8	2		2		4	О
Тема 4	Технологии построения международного имиджа государства. Technologies for building the international image of the state.	8	2		2		4	О
Тема 5	Политический имидж России за рубежом: иллюзии и реальность. Russia's political image abroad: illusions and reality.	8	2		2		4	О
Тема 6	Закономерности создания имиджэффекта. Patterns of creating an image effect.	16	2		2		12	О

Тема 7	Сравнительный анализ имиджевых стратегий России, США, Китая, Германии. Comparative analysis of image strategies of Russia, the USA, China, and Germany	16	4		4		8	О, Р
Промежуточная аттестация								ЗаО
Всего:		72	16		16		40	

Примечание:
*** – формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), реферат (Р).*
**** - формы промежуточной аттестации: зачет с оценкой (ЗаО).*

Содержание дисциплины

Тема 1. Международный имидж государства как историко-культурный феномен. International image of the state as a historical and cultural phenomenon.

Имидж: рождение понятия. Взаимосвязь имиджа и художественного образа. Имидж в истории. Имидж в структуре коммуникативного пространства. Современные коммуникационные технологии, используемые в создании имиджа. Типы имиджей. Имидж в рекламе, политике, бизнесе, искусстве и других областях человеческой деятельности.

Международный имидж государства и политический имидж государства за рубежом: общее и особенное. Генезис категории «политический имидж государства». Факторы влияние на формирование категории. Причины и условия выделения категории «политический имидж государства».

Image: the birth of a concept. The relationship between image and artistic image. Image in history. Image in the structure of the communication space. Modern communication technologies used in image creation. Types of images. Image in advertising, politics, business, art, and other areas of human activity.

International image of the state and political image of the state abroad: General and special. Genesis of the "political image of the state" category. Factors that influence the formation of a category. Reasons and conditions for allocating the category "political image of the state".

Тема 2. Международный имидж государства: ведущие типы и элементы. International image of the state: leading types and elements.

Основные элементы имиджа. Условия целостности имиджа. Политическая культура как пространство политического имиджа государства в зарубежных странах.

Психология восприятия прямой и косвенной имиджформирующей информации. Знак имиджа: положительный или отрицательный.

The main elements of the image. Terms of the integrity of the image. Political culture as a space of political image of the state in foreign countries.

Psychology of perception of direct and indirect image-forming information. Image sign: positive or negative.

Тема 3. Политический имидж постсоветская практика и уроки России. Political image post-Soviet practice and lessons of Russia.

Условия формирования политического имиджа России за рубежом в условиях советской и постсоветской действительности. Требования общества как фактор динамики политического имиджа. Динамика политического имиджа: условия и современность.

Conditions for the formation of Russia's political image abroad in the conditions of Soviet and post-Soviet reality. The demands of society as a factor in the dynamics of the political image. Dynamics of political image: conditions and modernity.

Тема 4. Технологии построения международного имиджа государства. Technologies for building the international image of the state.

Конструирование международного имиджа государств. Основные методики формирования имиджа. Эффективные методики формирования имиджа.

Позиционирование как основная стратегия построения международного имиджа государств. Мифы и символы в имиджелогии. Формирование мнения: сознательная и бессознательная компоненты. Виды информации и каналы ее распространения, существенные для построения имиджа. Основные принципы и этапы формирования имиджа. Современные технологии создания имиджа.

The design of the international image of the States. The main methods of image formation. Effective methods of image formation.

Positioning as the main strategy for building the international image of States. Myths and symbols in imagelogy. The formation of opinion: conscious and unconscious components. Types of information and channels of its distribution that are essential for building an image. Basic principles and stages of image formation. Modern technologies of creation of image.

Тема 5. Политический имидж России за рубежом: иллюзии и реальность. Russia's political image abroad: illusions and reality.

Политический public relations и проблема создания имиджа. Символизация политики и образы российской власти, политического режима, политической культуры. Имиджевые технологии и проблема манипулирования общественным мнением. Коммуникативный заряд пропаганды. Типовые алгоритмы формирования политического имиджа государства в зарубежных странах. Инструментарии личного контакта в различных типах имиджа.

Глава государства как символ и актер. Имидж лидера страны 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.

Political public relations and the problem of image creation. Symbolization of politics and images of the Russian government, political regime, and political culture. Image technologies and the problem of manipulating public opinion. The communicative charge of propaganda. Typical algorithms for forming the political image of the state in foreign countries. Tools for personal contact in various types of image.

The head of state as a symbol and actor. The image of the country's leader against a political and non-political background. Choosing a behavior model. Appearance of the leader. Power as the "right to speech" (rhetoric of power). Types of speech behavior of leaders of various types (monarchical, "charismatic", fascist, etc.). Building the image of a leader using kinetic elements.

Тема 6. Закономерности создания имиджэффекта. Patterns of creating an image effect.

Проблемы управления массовым сознанием и поведением в работе имиджмейкера. Общественное настроение и социальный стереотип. Психология превращения информации в мнение. Стихийное и целенаправленное формирование имиджа. Приемы создания имиджэффекта (использование фасцинации, аттракции и др.). Роль средств массовой информации в создании эффективного имиджа. Профессиональная этика имиджмейкера и проблемы, связанные с ее нарушением. Распределение компетенций по разделам дисциплины.

Problems of managing mass consciousness and behavior in the work of an image maker. Public mood and social stereotype. Psychology of turning information into an opinion. Spontaneous and purposeful shaping of the image. Techniques for creating an image effect (using fascination, attraction, etc.). the Role of mass media in creating an effective image. Professional ethics of an

image maker and problems related to its violation. The distribution of competences in the discipline.

Тема 7. Сравнительный анализ имиджевых стратегий России, США, Китая, Германии. Comparative analysis of image strategies of Russia, the USA, China, and Germany

Документы, выражающие имиджевые стратегии государств. Проблема содержания имиджа и страновой идентичности на международной арене. Неоспоримые преимущества и привлекательность образа жизни как факторы имиджевой стратегии. Основные месседжи миру и внутри страны. Имиджевая политика и механизмы ее реализации. Инструменты «мягкой силы.

Documents that Express the image strategies of States. The problem of image content and country identity in the international arena. Undeniable advantages and the attractiveness of the lifestyle as factors of branding strategy. The main messages to the world and within the country. Image policy and mechanisms for its implementation. The tools of "soft power.

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.08.02 Формирование международного имиджа государства (Formation of the state international image) используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1	Международный имидж государства как историко-культурный феномен. International image of the state as a historical and cultural phenomenon.	Опрос
Тема 2	Международный имидж государства: ведущие типы и элементы. International image of the state: leading types and elements.	Опрос
Тема 3	Политический имидж постсоветская практика и уроки России. Political image post-Soviet practice and lessons of Russia.	Опрос
Тема 4	Технологии построения международного имиджа государства. Technologies for building the international image of the state.	Опрос
Тема 5	Политический имидж России за рубежом: иллюзии и реальность. Russia's political image abroad: illusions and reality.	Опрос
Тема 6	Закономерности создания имиджэффекта. Patterns of creating an image effect.	Опрос
Тема 7	Сравнительный анализ имиджевых стратегий России, США, Китая, Германии. Comparative analysis of image strategies of Russia, the USA, China, and Germany	опрос, защита реферата

4.1.2. Зачет с оценкой 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 по вопросам к опросам (дискуссиям),
- 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 посещаемости занятий, активности на занятиях, выступления с докладами, участия в обсуждениях докладов других обучающихся, ответов на вопросы преподавателя в ходе занятия, защиты реферата.
Детализация баллов и критерии оценки текущего контроля успеваемости утверждается на заседании кафедры.

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

Тема 1. Международный имидж государства как историко-культурный феномен. International image of the state as a historical and cultural phenomenon.

1. Имидж: рождение понятия.
2. Взаимосвязь имиджа и художественного образа.
3. Имидж в истории.
4. Имидж в структуре коммуникативного пространства.
5. Современные коммуникационные технологии, используемые в создании имиджа.
6. Типы имиджей.
7. Имидж в рекламе, политике, бизнесе, искусстве и других областях человеческой деятельности.
8. Международный имидж государства и политический имидж государства за рубежом: общее и особенное.
9. Генезис категории «политический имидж государства».
10. Факторы влияние на формирование категории.
11. Причины и условия выделения категории «политический имидж государства».

1. Image: the birth of the concept.
2. The relationship of image and art image.
3. Image in history.
4. Image in the structure of the communication space.
5. Modern communication technologies used in image creation.
6. The types of images.
7. Image in advertising, politics, business, art, and other areas of human activity.
8. The international image of the state and political image of the country abroad: General and special.
9. Genesis of the category "political image of the state".
10. Factors that influence the formation of a category.
11. Reasons and conditions for allocating the category "political image of the state".

Тема 2. Международный имидж государства: ведущие типы и элементы. International image of the state: leading types and elements.

1. Основные элементы имиджа.
2. Условия целостности имиджа.
3. Политическая культура как пространство политического имиджа государства в зарубежных странах.
4. Психология восприятия прямой и косвенной имиджформирующей информации.
5. Знак имиджа: положительный или отрицательный.

1. The main elements of the image.
2. Terms of the integrity of the image.
3. Political culture as a space of political image of the state in foreign countries.
4. Psychology of perception of direct and indirect image-forming information.
5. Sign image: positive or negative.

Тема 3. Политический имидж постсоветская практика и уроки России. Political image post-Soviet practice and lessons of Russia.

1. Условия формирования политического имиджа России за рубежом в условиях советской и постсоветской действительности.
2. Требования общества как фактор динамики политического имиджа. Динамика политического имиджа: условия и современность.

1. Conditions for the formation of Russia's political image abroad in the conditions of Soviet and post-Soviet reality.
2. requirements of society as a factor of dynamics of political image. Dynamics of political image: conditions and modernity.

Тема 4. Технологии построения международного имиджа государства. Technologies for building the international image of the state.

1. Конструирование международного имиджа государств.
2. Основные методики формирования имиджа.
3. Эффективные методики формирования имиджа.
4. Позиционирование как основная стратегия построения международного имиджа государств.
5. Мифы и символы в имиджелогии.
6. Формирование мнения: сознательная и бессознательная компоненты.
7. Виды информации и каналы ее распространения, существенные для построения имиджа.
8. Основные принципы и этапы формирования имиджа.
9. Современные технологии создания имиджа.

1. Building the international image of States.
2. Basic methods of image formation.
3. Effective methods of image formation.
4. Positioning as the main strategy for building the international image of States.
5. Myths and symbols in imagelogy.
6. The formation of opinion: conscious and unconscious components.
7. Types of information and channels of its distribution that are essential for building an image.
8. Basic principles and stages of image formation.
9. Modern image creation technologies.

Тема 5. Политический имидж России за рубежом: иллюзии и реальность. Russia's political image abroad: illusions and reality.

1. Политический public relations и проблема создания имиджа.
2. Символизация политики и образы российской власти, политического режима, политической культуры.
3. Имиджевые технологии и проблема манипулирования общественным мнением.
4. Коммуникативный заряд пропаганды.
5. Типовые алгоритмы формирования политического имиджа государса в зарубежных странах.

6. Инструментарии личного контакта в различных типах имиджа.
7. Глава государства как символ и актер.
8. Имидж лидера страны на политическом и неполитическом фоне.
9. Выбор модели поведения.
10. Внешность лидера.
11. Власть как «право на речь» (риторика власти).
12. Типы речевого поведения лидеров различного типа (монархического, «харизматического», фашистского и т.д.).
13. Построение образа лидера с помощью кинетических элементов.

1. Political public relations and the problem of creating an image.
2. Symbolization of politics and images of the Russian government, political regime, and political culture.
3. Image technologies and the problem of manipulating public opinion.
4. Communicative charge of propaganda.
5. Typical algorithms for forming the political image of the state in foreign countries.
6. Tools for personal contact in various types of image.
7. The head of state as a symbol and actor.
8. the Image of the country's leader against a political and non-political background.
9. Choosing a behavior model.
10. Appearance of the leader.
11. Power as the "right to speech" (rhetoric of power).
12. Types of speech behavior of leaders of various types (monarchical, "charismatic", fascist, etc.).
13. Building the image of a leader using kinetic elements.

Тема 6. Закономерности создания имиджэффекта. Patterns of creating an image effect.
1. Проблемы управления массовым сознанием и поведением в работе имиджмейкера.
2. Общественное настроение и социальный стереотип.
3. Психология превращения информации в мнение.
4. Стихийное и целенаправленное формирование имиджа.
5. Приемы создания имиджэффекта (использование фасцинации, аттракции и др.).
6. Роль средств массовой информации в создании эффективного имиджа.
7. Профессиональная этика имиджмейкера и проблемы, связанные с ее нарушением.
8. Распределение компетенций по разделам дисциплины.

1. Problems of managing mass consciousness and behavior in the work of an image maker.
2. Public mood and social stereotype.
3. Psychology of turning information into an opinion.
4. Spontaneous and purposeful image formation.
5. Techniques for creating an image effect (using fascination, attraction, etc.).
6. the Role of mass media in creating an effective image.
7. Professional ethics of an image maker and problems related to its violation.
8. Distribution of competencies by discipline sections.

Тема 7. Сравнительный анализ имиджевых стратегий России, США, Китая, Германии. Comparative analysis of image strategies of Russia, the USA, China, and Germany
1. Документы, выражающие имиджевые стратегии государств.
2. Проблема содержания имиджа и страновой идентичности на международной арене.
3. Неоспоримые преимущества и привлекательность образа жизни как факторы имиджевой стратегии.

4. Основные месседжи миру и внутри страны.
5. Имиджевая политика и механизмы ее реализации.
6. Инструменты «мягкой силы.

1. Documents that Express the image strategies of States.
2. the Problem of image content and country identity in the international arena.
3. Undeniable advantages and attractiveness of lifestyle as factors of image strategy.
4. Main messages to the world and within the country.
5. Image policy and mechanisms for its implementation.
6. The tools of "soft power.

Примерные темы для написания рефератов:

1. Направления брендинга территорий: туристический, глобальный брендинг.
2. Структура формирования восприятия территории во вне и внутри территории: ассоциации, стереотипы, мемы.
3. Значение культурных и исторических достопримечательностей в имидже государства
4. Инструменты формирование позитивного восприятия и имиджа территорий.
5. Система идентификации территории в современных корпоративных и медиа коммуникациях.
6. Система бренда - айдентика и фирменный стиль территории, ее интеграция в навигацию, рекламную и информационную продукцию.
7. Типология визуального брендинга, основные решения направления: проблема смысло- и формообразования (геральдические элементы, национальные образы и достопримечательности
8. Проблема децентрализации бренда (Польша, Чехия, Австралия, Новая Зеландия, Швейцария).
9. Цели, задачи, инструменты программы продвижения территории.
10. Реструктуризация информационной среды как вариант продвижения имиджа государства.
11. Роль и значение образования в программе продвижения имиджа государства

Sample topics for writing essays:

1. areas of branding: tourism, global branding.
2. the Structure of forming the perception of the territory outside and inside the territory: associations, stereotypes, memes.
3. The significance of cultural and historical attractions in the image of the state
4. Tools for creating a positive perception and image of territories.
5. The system of identification areas in the modern corporate and media communications.
6. brand System - identity and corporate identity of the territory, its integration into navigation, advertising and information products.
7. Typology of visual branding, the main solutions of the direction: the problem of meaning and form (heraldic elements, national images and sights
8. the problem of brand decentralization (Poland, Czech Republic, Australia, New Zealand, Switzerland).
9. Goals, tasks, tools of the territory promotion program.
10. Restructuring the information environment as a way to promote the image of the state.
11. the Role and significance of education in the program of promoting the image of the state

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
ПКр-5	Способен пользоваться современными информационно-коммуникационными технологиями связи	ПКр-5.2	Способность определять основные требования к применению современными информационно-коммуникационными технологиями связи
ДПК-8	Способен осуществлять консультирование по социокультурным и общественно-политическим вопросам развития региона специализации	ДПК-8.4	Способность проводить оценку социокультурным и общественно-политическим вопросам развития региона специализации
ДПК-10	Способен применять методы исследования общественного мнения для принятия управленческих решений	ДПК-10.2	Способность осваивать методы исследования общественного мнения для принятия управленческих решений

Этап освоения компетенции	**Показатель оценивания**	**Критерий оценивания**
ПКр-5.2 Способность определять основные требования к применению современными информационно-коммуникационными технологиями связи	Определяет основные требования основные требования к применению современными информационно-коммуникационными технологиями связи в профессиональной деятельности Соблюдает основные требования к применению современными информационно-коммуникационными технологиями связи в профессиональной деятельности	Определены основные требования к применению современными информационно-коммуникационными технологиями связи в профессиональной деятельности Продемонстрированы основные требования к применению современными информационно-коммуникационными технологиями связи в профессиональной деятельности
ДПК-8.4 Способность	Опирается на знание методики оценивания	Демонстрирует знание методики оценивания

проводить оценку социокультурным и общественно-политическим вопросам развития региона специализации	социокультурных и общественно-политических особенностей региона специализации Проводит оценку социокультурных и общественно-политических особенностей региона специализации	социокультурных и общественно-политических особенностей региона специализации Проведение оценки социокультурных и общественно-политических особенностей региона специализации
ДПК-10.2 Способность осваивать методы исследования общественного мнения для принятия управленческих решений	Осуществляет поиск информации, применение научных подходов, концепций и методов, выработанных в рамках исследования общественного мнения Проводит анализ возможностей применения методов исследования общественного мнения для принятия управленческих решений	Выявлены научных подходов, концепций и методов, выработанных в рамках исследования общественного мнения Проведен анализ возможностей применения методов исследования общественного мнения для принятия управленческих решений

4.3.2. Типовые оценочные средства

Вопросы к зачету с оценкой

1. Имидж: рождение понятия.
2. Взаимосвязь имиджа и художественного образа.
3. Имидж в истории.
4. Имидж в структуре коммуникативного пространства.
5. Современные коммуникационные технологии, используемые в создании имиджа.
6. Типы имиджей.
7. Имидж в рекламе, политике, бизнесе, искусстве и других областях человеческой деятельности.
8. Международный имидж государства и политический имидж государства за рубежом: общее и особенное.
9. Генезис категории «политический имидж государства».
10. Факторы влияние на формирование категории.
11. Причины и условия выделения категории «политический имидж государства».
12. Основные элементы имиджа.
13. Условия целостности имиджа.
14. Политическая культура как пространство политического имиджа государства в зарубежных странах.
15. Психология восприятия прямой и косвенной имиджформирующей информации.
16. Знак имиджа: положительный или отрицательный.
17. Условия формирования политического имиджа России за рубежом в условиях советской и постсоветской действительности.
18. Требования общества как фактор динамики политического имиджа.
19. Динамика политического имиджа: условия и современность.
20. Конструирование международного имиджа государств.
21. Основные методики формирования имиджа.
22. Эффективные методики формирования имиджа.

23. Позиционирование как основная стратегия построения международного имиджа государств.
24. Мифы и символы в имиджелогии.
25. Формирование мнения: сознательная и бессознательная компоненты.
26. Виды информации и каналы ее распространения, существенные для построения имиджа.
27. Основные принципы и этапы формирования имиджа.
28. Современные технологии создания имиджа.
29. Политический public relations и проблема создания имиджа.
30. Символизация политики и образы российской власти, политического режима, политической культуры.
31. Имиджевые технологии и проблема манипулирования общественным мнением.
32. Коммуникативный заряд пропаганды.
33. Типовые алгоритмы формирования политического имиджа государса в зарубежных странах.
34. Инструментарии личного контакта в различных типах имиджа.
35. Глава государства как символ и актер.
36. Имидж лидера страны на политическом и неполитическом фоне.
37. Выбор модели поведения.
38. Внешность лидера.
39. Власть как «право на речь» (риторика власти).
40. Типы речевого поведения лидеров различного типа (монархического, «харизматического», фашистского и т.д.).
41. Построение образа лидера с помощью кинетических элементов.
42. Проблемы управления массовым сознанием и поведением в работе имиджмейкера.
43. Общественное настроение и социальный стереотип.
44. Психология превращения информации в мнение.
45. Стихийное и целенаправленное формирование имиджа.
46. Приемы создания имиджэффекта (использование фасцинации, аттракции и др.).
47. Роль средств массовой информации в создании эффективного имиджа.
48. Профессиональная этика имиджмейкера и проблемы, связанные с ее нарушением.
49. Распределение компетенций по разделам дисциплины.
50. Документы, выражающие имиджевые стратегии государств.
51. Проблема содержания имиджа и страновой идентичности на международной арене.
52. Неоспоримые преимущества и привлекательность образа жизни как факторы имиджевой стратегии.
53. Основные месседжи миру и внутри страны.
54. Имиджевая политика и механизмы ее реализации.
55. Инструменты «мягкой силы.

Questions for the test with an assessment

1. Image: the birth of the concept.
2. The relationship of image and art image.
3. Image in history.
4. Image in the structure of the communication space.
5. Modern communication technologies used in image creation.
6. The types of images.
7. Image in advertising, politics, business, art, and other areas of human activity.
8. The international image of the state and political image of the country abroad: General and special.
9. Genesis of the category "political image of the state".
10. Factors that influence the formation of a category.

11. Reasons and conditions for allocating the category "political image of the state".
12. The main elements of the image.
13. Conditions for image integrity.
14. Political culture as a space of political image of the state in foreign countries.
15. Psychology of perception of direct and indirect image-forming information.
16. Sign image: positive or negative.
17. Conditions for the formation of Russia's political image abroad in the conditions of Soviet and post-Soviet reality.
18. requirements of society as a factor of dynamics of political image.
19. Dynamics of political image: conditions and modernity.
20. Constructing the international image of States.
21. Main methods of image formation.
22. Effective methods of image formation.
23. Positioning as the main strategy for building the international image of States.
24. Myths and symbols in imagelogy.
25. The formation of opinion: conscious and unconscious components.
26. Types of information and channels of its distribution that are essential for building an image.
27. Basic principles and stages of image formation.
28. Modern image creation technologies.
29. Political public relations and the problem of image creation.
30. Symbolization of politics and images of the Russian government, political regime, and political culture.
31. Image technologies and the problem of manipulating public opinion.
32. Communicative charge of propaganda.
33. Typical algorithms for forming the political image of the state in foreign countries.
34. Tools of personal contact in various types of image.
35. The head of state as a symbol and actor.
36. the Image of the country's leader against a political and non-political background.
37. Choosing a behavior model.
38. Appearance of the leader.
39. Power as the "right to speech" (rhetoric of power).
40. Types of speech behavior of leaders of various types (monarchical, "charismatic", fascist, etc.).
41. Building the image of a leader using kinetic elements.
42. Problems of managing mass consciousness and behavior in the work of an image maker.
43. Public mood and social stereotype.
44. Psychology of turning information into an opinion.
45. Spontaneous and purposeful shaping of the image.
46. Techniques for creating an image effect (using fascination, attraction, etc.).
47. The role of the media in creating efficient image.
48. Professional ethics of an image maker and problems related to its violation.
49. Distribution of competencies by discipline sections.
50. Documents that Express the image strategies of States.
51. the Problem of image content and country identity in the international arena.
52. Undeniable advantages and attractiveness of lifestyle as factors of image strategy.
53. the Main messages to the world and within the country.
54. Image policy and mechanisms for its implementation.
55. The tools of "soft power.

Примерные задания к зачету с оценкой

Задание 1. Объясните различие между понятиями «имидж» и «образ». Охарактеризуйте основные разновидности имиджа.

Задание 2. Какие функции и в каких именно ситуациях выполняют этностереотипы? Приведите конкретные примеры их влияния на современные международные отношения.
Задание 3. Насколько эффективно работает на продвижение имиджа официальная символика государства? Приведите примеры

Sample tasks for the test with an assessment

Task 1. Explain the difference between the concepts of "image" and "image". Describe the main types of image.
Task 2. What functions and in what situations do ethnostereotypes perform? Give specific examples of their impact on modern international relations.
Task 3. How effectively does the official symbols of the state work to promote the image? Given example

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 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.
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 «неудовлетворительно» если обучающийся набрал менее 50 баллов,
- оценка «удовлетворительно» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 50 до 65 баллов;
- оценка «хорошо» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 66 до 75 баллов;
- оценка «отлично» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 76 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 с оценкой по дисциплине в случае выполнения им всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины.

Зачет с оценкой проводится в форме ответа на вопросы и выполнения практических заданий, представленных в Разделе 4.3.2. Готовиться к зачету с оценкой необходимо последовательно, на протяжении всего периода изучения дисциплины.

Студенту необходимо внимательно изучить и осмыслить содержание вопросов к зачету с оценкой, отраженное 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 с оценкой объявляется студентам и вносится в экзаменационную ведомость и зачетную книжку. Оценка «неудовлетворительно» 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. Имиджевая составляющая российской государственной символики.
2. Имидж страны в информационных войнах.
3. Роль СМИ в формировании имиджа страны.

Questions for self-preparation (self-check):

1. Image component of the Russian state symbols.
2. the country's Image in information wars.
3. the role of the media in shaping the country's image.

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. Селентьева, Д. О. Политическая имиджелогия : учебное пособие для вузов / Д. О. Селентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 164 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06386-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/bcode/451673
2. Семенова, Л. М. Имиджмейкинг : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 141 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11004-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://biblio-online.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/bcode/456584

6.2. Дополнительная литература

1. Елкина, М. В. Имиджелогия : учебно-методическое пособие / М. В. Елкина. — Омск : Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, 2013. — 156 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/65055.html
2. Ким, Л. М. Политическая имиджелогия : учебно-методическое пособие / Л. М. Ким. — Алматы : Казахский национальный университет им. аль-Фараби, 2012. — 210 с. — ISBN 978-601-247-377-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/61203.html
3. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд (2-е издание) [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов/ Чумиков А.Н.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2016.— 160 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/57080.html.— ЭБС «IPRbooks»
4. Шепель, В. М. Имиджелогия: Секреты личного обаяния / Шепель, Виктор Максимович. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Культура и спорт: ЮНИТИ, 1997. - 382 с.
5. VIRGINIE SYMANIEC LA CONSTRUCTION IDÉOLOGIQUE SLAVE ORIENTALE: Langues, races et nations dans la Russie du XIX e siècle // Revue des études slaves. Vol. 84, No. 1/2, Mosaïque slave: Communications de la délégation française au Congrés international des slavistes Minsk, 20-27 août 2013 (2013), pp. 223-233 - ЭБС Jstor http://www.jstor.org/stable/24372769
6. Marguerite Guiraud-Weber Stratégies discursives de la politesse russe // Revue des études slaves. Vol. 83, No. 2/3, La lettre et l'esprit : entre langue et culture : Études à la mémoire de Jean Breuillard (2012), pp. 443-456 - ЭБС Jstor http://www.jstor.org/stable/43272680

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. 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»

6.4. Нормативные правовые документы

1. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 года.(Утв. распоряжением Правительства РФ от 8 декабря 2011 г. N 2227-р).

6.5. Интернет-ресурсы

1. Центральная библиотека образовательных ресурсов. Режим доступа: http://www.edulib.ru/
2. Сводный каталог электронных библиотек. Режим доступа: http://www.lib.msu.ru/journal/Unilib/main.htm
3. Базы данных ИНИОН. Режим доступа: http://www.inion.ru/product/db.htm
4. Библиотека образовательного портала «Экономика, социология, менеджмент». Режим доступа: http://ecsocman.edu.ru/
5. Библиотека федерального портала «Российское образование». Режим доступа: http://www.edu.ru/
6. Библиотека учебной и научной литературы русского гуманитарного интернет университета. Режим доступа: http://www.i-u.ru/biblio/default.aspx

6.6. Иные источники

1. Бажанов, Е. П. Международные отношения в XXI веке - М.: Восток-Запад, 2011. – 464 с.
2. Зыкова И.В. Культура как информационная система. Духовное, ментальное, материально-знаковое - М. : URSS : ЛИБРОКОМ, 2011. – 368 с.
3. Культура и системы мышления: сравнение холистического и аналитического познания / Р. Нисбетт, и др., Фонд 'Либеральная миссия', Нац. исслед. ин-т "Высшая школа экономики" . – М. : Фонд "Либеральная миссия", 2011 . – 68 с.
4. Культура устойчивого развития: от идеи к реальности. Составитель и ответ. редактор Мамедов Н.М. Баку, 2013. – 346 с.
5. Логовая Е.С. Культурология: стилевое многообразие европейского изобразительного искусства. - М.: Экон-Информ, 2013. – 183 с.
6. Международные отношения: теории, конфликты, движения, организации : учебное пособие - М.: Альфа-М : ИНФРА-М, 2012. – 336 с.
7. Саяпина Е.И., Стрижова Н.А. Культура в жизни современного российского общества // Современные научные исследования и инновации. 2015. № 9-2 (53). С. 224-228.
8. Цыганков П.А. Международные отношения: теории, конфликты, движения, организации : учебное пособие : допущено УМО - М.: Альфа-М : ИНФРА-М, 2011. – 336 с.
9. Цыганков П.А. Теория международных отношений. Учебник для академического бакалавриата - М.: Издательство Юрайт, 2015. - ЭБС "Юрайт" [http://www.biblio-online.ru/thematic/?id=urait.content.1FF1719D-FC72-43EE-B726-7B8B2CBEA7DE&type=c_pub]
10. Шевелева О.В. Организация ведения переговоров - М.: Советский спорт , 2014. - ЭБС "Лань" [http://e.lanbook.com/books/element.php? pl1_id=51922]

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/.