МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»

УТВЕРЖДАЮ
Директор ИЭиУ
Е.С. Замбржицкая

30.04.2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПОЛИТИЧЕСКИЙ ИМИДЖ

Направление подготовки (специальность)
41.03.06 Публичная политика и социальные науки

Направленность (профиль/специализация) программы
Публичная политика и социальные науки

Уровень высшего образования - бакалавриат

Форма обучения
очная

Институт/ факультет	Институт экономики и управления
Кафедра	Менеджмента и государственного управления
Курс	4
Семестр	8

Магнитогорск
2025 год

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 41.03.06 Публичная политика и социальные науки (приказ Минобрнауки России от 13.08.2020 г. № 1001)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Менеджмента и государственного управления
02.04.2025, протокол № 8

Зав. кафедрой _____ О.Л. Назарова

Рабочая программа одобрена методической комиссией ИЭиУ
30.04.2025 г. протокол № 4

Председатель _____ Е.С. Замбржицкая

Рабочая программа составлена:
доцент кафедры кафедры МиГУ, к.и.н. _____ В.В.Чуприн

Рецензент:
директор ООО «БНЭО» , к.э.н. _____ Ю.Н.Кондрух

Лист актуализации рабочей программы

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2026 - 2027 учебном году на заседании кафедры Менеджмента и государственного управления

Протокол от __ _____ 20__ г. № __
Зав. кафедрой _____ О.Л. Назарова

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2027 - 2028 учебном году на заседании кафедры Менеджмента и государственного управления

Протокол от __ _____ 20__ г. № __
Зав. кафедрой _____ О.Л. Назарова

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2028 - 2029 учебном году на заседании кафедры Менеджмента и государственного управления

Протокол от __ _____ 20__ г. № __
Зав. кафедрой _____ О.Л. Назарова

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2029 - 2030 учебном году на заседании кафедры Менеджмента и государственного управления

Протокол от __ _____ 20__ г. № __
Зав. кафедрой _____ О.Л. Назарова

1 Цели освоения дисциплины (модуля)

формирование способности применять методы и технологии создания и управления имиджем политических руководителей, государственных деятелей ; готовности применить профессиональные компетенции на основе знаний механизмов формирования имиджа в политике.

2 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Политический имидж входит в часть учебного плана формируемую участниками образовательных отношений образовательной программы.

Для изучения дисциплины необходимы знания (умения, владения), сформированные в результате изучения дисциплин/ практик:

Специфика публичных выступлений

Политический консалтинг

Политические коммуникации и политические технологии

Информационные технологии в управлении политическими процессами

Этика публичной политики

Знания (умения, владения), полученные при изучении данной дисциплины будут необходимы для изучения дисциплин/практик:

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена по направлению подготовки

Связи с общественностью в политике и государственном управлении

Управление карьерой

3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля) и планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины (модуля) «Политический имидж» обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции
ПК-3 Способен выбирать и применять инфокоммуникационные технологии в политике, экономике, социальной сфере, разрабатывать и реализовывать коммуникационные стратегии, анализировать информацию, осуществлять управление проектами, организовывать онлайн и офлайн коммуникации, прямые коммуникации при помощи CRM- и интернет-систем, выстраивать коммуникации с представителями органов власти	
ПК-3.1	Организовывает социологические исследования, осуществляет качественный и количественный анализ публичной информации, анализ целевых аудиторий (стейкхолдеров), определяет коммуникационные тактики, целевые органы власти для коммуникации, организует специальные мероприятий
ПК-3.2	Осуществляет поиск информации в различных источниках, обрабатывает и структурирует результаты исследования, формулирует выводы и рекомендации, поддерживает коммуникации с различными аудиториями, осуществляет управление проектами, планирует и организует систему коммуникаций организации, организует взаимодействие с различными аудиториями, сообществами, организует публичные выступления
ПК-3.3	Владеет технологиями поиска информации онлайн и офлайн, методами аналитической работы с большими объемами информации, методами проектного планирования, технологиями работы со СМИ и аналитическими системами, методами

	подготовки аналитических отчетов, инструментами планирования и на базовом уровне программами бюджетирования проектов, навыками организации публичных выступлений, технологиями работы с контентом, организации трансляции в цифровых каналах

4. Структура, объём и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетных единиц 36 акад. часов, в том числе:

– контактная работа – 9,55 акад. часов:

– аудиторная – 9 акад. часов;

– внеаудиторная – 0,55 акад. часов;

– самостоятельная работа – 26,45 акад. часов;

– в форме практической подготовки – 0 акад. час;

Форма аттестации - зачет

Раздел/ тема дисциплины	Семестр	Аудиторная контактная работа (в акад. часах)			Самостоятельная работа студента	Вид самостоятельной работы	Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Код компетенции
		Лек.	лаб. зан.	практ. зан.				
1.								
1.1 Природа имиджа и его виды. Понятия, принципы и имиджевые каноны.	8	2			12	Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками	Устный опрос	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3
1.2 Имиджформирующая информация. Имиджмейкинг, или технологии формирования индивидуального и профессионального имиджей человека.		2				Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками	Устный опрос	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3
1.3 Конструирование имиджа политического лидера.		2				Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками	Устный опрос	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3
1.4 Имиджевые стратегии и инструментарий имиджмейкинга.		1			10,55	Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками	Устный опрос	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3
1.5 Имидж территориальных		2				Самостоятельное изучение	Устный опрос	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3

образований, власти и государства.						учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками		
Итого по разделу		9			26,45			
Итого за семестр		9			22,55		зачёт	
Итого по дисциплине		9			26,45		зачет	

5 Образовательные технологии

На сегодняшний день стали очевидны преимущества использования компьютера на лекционных и практических учебных занятиях. Объяснение нового материала с использованием презентаций, выполненных с помощью программ Microsoft Power Point и Microsoft Front Page, вызывает интерес у студентов, способствует лучшему усвоению материала. Использование компьютера на учебных занятиях позволяет преподавателю экономить время, опрашивать учащихся на каждом занятии, вести статистику опроса, выявлять западающие темы. Также одним из эффективных средств информационных технологий является электронный учебник. Исходя из этого, более 20% всех занятий проводятся с применением информационных технологий.

Для обеспечения наибольшей эффективности образовательного процесса в курсе данной учебной дисциплины используются в процессе обучения передовые образовательные технологии:

1) традиционные образовательные технологии (информационная лекция, практические занятия);

2) технология проблемного обучения (проблемная лекция, практические занятия в форме практикума, кейс-метода);

3) игровые технологии (ролевые и деловые игры);

4) технологии проектного обучения (творческий проект);

5) интерактивные технологии (семинар-дискуссия);

6) информационно-коммуникационные образовательные технологии (лекция-визуализация, практические занятия в форме презентации).

Лекционные занятия наряду с сообщением учебной информации предполагают и решение следующих дидактических задач: заинтересовать студентов изучаемой темой, разрушить неверные стереотипы, убедить в необходимости глубокого освоения материала, побудить к самостоятельному поиску и активной мыслительной деятельности, помочь совершить переход от теоретического уровня социально-экономического планирования в муниципальных образованиях к прикладным знаниям в данной области.

Проведение групповых (семинарских и практических) занятий предполагает решение разнообразных дидактических задач: закрепление полученных знаний, формирование умения применять их на практике, совершенствование умения работать с информацией, анализировать, обобщать, принимать и обосновывать решения, аргументировано защищать собственные взгляды в дискуссии, взаимодействовать с другими членами группы в процессе разрешения конфликтных ситуаций.

6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Представлено в приложении 1.

7 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

Представлены в приложении 2.

8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) Основная литература:

1. Селентьева, Д. О. Политическая имиджелогия : учебник для вузов / Д. О. Селентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 164 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06386-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/561574 (дата обращения: 13.05.2025).

2. Семенова, Л. М. Имиджмейкинг : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 142 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21466-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/572252 (дата обращения: 13.05.2025). **б) Дополнительная литература:**

1. Семенов, В. А. Политический менеджмент : учебник для вузов / В. А. Семенов, В. Н. Колесников. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 298 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08008-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/564371 (дата обращения: 13.05.2025).

2. Лубский, А. В. Человек политический как нормативный тип личности в России: ментальная матрица и нормативная модель поведения : монография / А.В. Лубский, Р.А. Лубский. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 229 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/monography_5d2d6b3d8bc9d1.13894544. - ISBN 978-5-16-015683-5. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/1905561 (дата обращения: 13.05.2025). – Режим доступа: по подписке.

в) Методические указания:

Приложение 3

г) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

Программное обеспечение

Наименование ПО	№ договора	Срок действия лицензии
MS Office 2007 Professional	№ 135 от 17.09.2007	бессрочно
7Zip	свободно распространяемое ПО	бессрочно
FAR Manager	свободно распространяемое ПО	бессрочно

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Название курса	Ссылка
Федеральный образовательный портал – Экономика. Социология. Менеджмент	http://ecsocman.hse.ru/
Электронные ресурсы библиотеки МГТУ им. Г.И. Носова	https://host.megaprolib.net/MP0109/Web
Российская Государственная библиотека. Каталоги	https://www.rsl.ru/ru/4readers/catalogues/
Национальная информационно-аналитическая система – Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)	URL: https://elibrary.ru/project_risc.asp

9 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

1. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа: мультимедийные средства хранения, передачи и представления информации.

2. Учебные аудитории для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: мультимедийные средства хранения, передачи и представления информации; комплекс тестовых заданий для проведения промежуточных и рубежных контролей.

3. Помещения для самостоятельной работы: обучающихся: персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета

4. Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования: шкафы для хранения учебно-методической документации, учебного оборудования и учебно-наглядных пособий.

Приложение 1

6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

В процессе самостоятельного изучения дисциплины, подготовки к семинарским занятиям студенту необходимо найти и изучить рекомендуемую литературу, действующие законодательные и нормативные акты. Для осмысления прочитанного материала студенту предлагается ответить на вопросы. Решение тестов, ситуационных и аналитических задач научит студентов самостоятельно принимать управленческие решения.

Тематический план учебной дисциплины

Тема.1 Природа имиджа и его виды. Понятия, принципы и имиджевые каноны.

Понятие имиджа. Имидж и мнение. Имижеология как наука. Становление имиджеологии. Направления имиджеологии. Функции имиджа (эмоциональная, иллюзорно-компенсаторная, идентификации, психологической защиты, социального тренинга, консервативная, адресная). Структура имиджа и его базовые характеристики. Национальные особенности имиджирования. Виды имиджа (внутренний, внешний, зеркальный, текущий, желаемый, множественный, субъективный, объективный, идеальный). Типология имиджа (положительный, отрицательный; международный, территориальный, политический, корпоративный, профессиональный, личностный, предметный).

Тема 2. Имиджформирующая информация. Имиджмейкинг, или технологии формирования индивидуального и профессионального имиджей человека.

Прямая и косвенная имиджформирующая информация. Составляющие имиджформирующей информации (средовой имидж, габаритный имидж, овеществленный имидж, вербальный имидж, кинетический имидж). Процесс формирования мнения о человеке и формы восприятия имиджформирующей информации. Имиджевая коммуникация. Правила имиджевой коммуникации (опережающей рефлексии, синхронизации и резонирования, смысла, концентрации эмоций, фокусировки и управления вниманием, подкрепления, непрерывности имиджевого сигнала, регулярности поступления имиджевой информации, привыкания/угасания и необходимости усиления сигнала, гибкости имиджевой коммуникации и трансформации имиджевого сигнала с учетом ситуации, кодирования и декодирования информации, ретрансляции имиджевого сигнала, соответствия формы и содержания имиджевого послания, качества и надежности имиджевой информации, универсализации и усреднения имиджевого сигнала). Законы имиджевой коммуникации.

Имидж как система (характеристика прототипов имиджа, мнения о прототипе

имиджа, образ прототипа имиджа, аудитория имиджа). Технологии имиджмейкинга (позиционирование, манипулирование, мифологизация, эмоционализация, дистанцирование, визуализация, детализация, вербализация, внедрение модели восприятия и др.). Процесс формирования имиджа. Стратегии имиджмейкинга. Организационные технологии формирования имиджа. Психотехнологии формирования имиджа. Принципы формирования имиджа (повторения, непрерывного усиления воздействия, «двойного вызова»).

Тема 3. Конструирование имиджа политического лидера.

Имидж политика. Образ политического лидера в массовом сознании. Эмоциональное и рациональное в восприятии политического лидера. Кон- струирование политического имиджа (этапы конструирования, ресурсы кон- струирования, психологический портрет лидера, сочетание идеального и ре- ального в образе политического лидера). Качества и черты политического лидера. Идеальный имидж, Реальный имидж, Ядро имиджа. Структура политического имиджа. Имиджевые характеристики в политике. Позиционирование как этап формирования имиджа. Типы позиционирования политического имиджа. Коммуникативные стратегии продвижения характеристик имиджа (перевод имиджевых характеристик в тексты, в визуальные образы, в событийный контекст; политический перфоманс).

Тема 4. Имиджевые стратегии и инструментарий имиджмейкинга.

Управление имиджем и стереотипы. Гендерные стереотипы, возрастные стереотипы, этнические стереотипы. Стереотипные эффекты. Разрушение имиджа, или демаркетинг. »Партизанская атака». «Фронтальная атака». Техники психологического давления. Стратегии восстановления имиджа..

Тема 5. Имидж территориальных образований, власти и государства.

Специфика формирования имиджа территориальных образований. Условия формирования позитивного регионального имиджа. Концепции имиджа территориальных образований.

Примерные вопросы к темам практических занятий

Практическое занятие № 1. Имиджеология как наука

Теоретические вопросы:

1. Понятие имиджа. Исторические этапы в становлении представлений об имидже.
2. Направления имиджеологии как науки.
3. Функции имиджа.
4. Структура имиджа.
5. Национальные особенности имиджа.
6. Типология имиджа.
7. Виды имиджа.

Практические задания

Задание 1. Представьте в виде письменного отчета ответ на вопрос «Какие новые направления профессиональной деятельности появились в связи с популяризацией знаний по имиджелогии?».

Задание 2. Приведите примеры из собственной практики, характеризующие значение имеет владение техниками имиджелогии для современного человека?

Практическое занятие № 2. Имиджформирующая нформация.

Теоретические вопросы:

1. Косвенная имиджформирующая информация.
2. Прямая имиджформирующая информация.
3. Составляющие имиджформирующей информации.
4. Процесс формирования мнения о человеке и формы восприятия имиджформирующей информации.
5. Имиджевая коммуникация ее правила и законы.
6. Элементы системы имиджа.
7. Технологии имиджмейкинга.
8. Процесс формирования имиджа.
9. Организационные технологии формирования имиджа.
10. Психотехнологии формирования имиджа.
11. Принципы формирования имиджа.

Практические занятия № 3. Имидж политического лидера

Теоретические вопросы:

1. Особенности имиджа политика.
2. Конструирование политического имиджа.
3. Качества политического лидера и его психологический портрет.
4. Стратегия создания и структура политического имиджа.
5. Позиционирование как этап создания политического имиджа.
6. Коммуникативные стратегии продвижения имиджевых характеристик.

Задание 1. Определите различие между понятиями «мнение», «имидж» и «авторитет». Мотивируйте свой ответ и приведите примеры.

Задание 2. Из предложенного списка пословиц и поговорок выделите те, в которых речь идет о воздействии имиджа на окружающих. Поясните свой ответ.

Задание 3. Подготовьте ответы на следующие вопросы…

Задание 4. Разделитесь на микрогруппы (по 2-3 человека) и составьте имиджевый портрет политика. В качестве инструментария можно использовать коллаж, стихотворение, песню и т.п. Представьте этот «имиджевый портрет» остальной аудитории.

Задание 5. Подготовьте сообщение на тему «Этапы формирование имиджа политика». При этом используйте все известные Вам стратегии формирования имиджа и «пропиши- те» все конкретные шаги.

Задание 6. Приведите пример неудачного имиджа того или иного политика.

Практическое занятие № 4. Имиджмейкинг

Теоретические вопросы:

1. Стереотипы и управление имиджем.
2. Технологии демаркетинга («партизанская атака»).
3. Технологии демаркетинга («фронтальная атака»).
4. Способы формирования социально-политического имиджа.
5. Стратегия восстановления имиджа.
6. Коммуникативные стратегии продвижения имиджевых характеристик.

Практические задания

Задание 1. Сформулируйте известные вам положительные и отрицательные стереотипы, озвученные в пословицах и поговорках.

Задание 2. Подберите конкретный пример использования тактики «партизанской атаки» или «фронтальной атаки» в ходе избирательной кампании.

Задание 3. Рассмотрите имидж известного политика и определите, какие приемы имидже- вой коммуникации он чаще всего использует.

Практическое занятие № 5. Имидж территориальных образований, власти и государства

Теоретические вопросы:

1. Специфика формирования позитивного регионального имиджа.
2. Формирование имиджа государства и геополитика.

Практические задания

Задание 1. Охарактеризуйте имиджевые преимущества Челябинской области.

Задание 2. Разработайте концепцию и план мероприятий по формированию имиджа Магнитогорска.

Задание 3. Сформулируйте стереотипные представления о России в зарубежной прессе, негативно влияющие на имидж государства. Подберите контраргументы, развенчивающие эти социальные мифы.

Приложение 2

Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

а) Планируемые результаты обучения и оценочные средства для проведения промежуточной аттестации:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
ПК-3: Способен выбирать и применять инфокоммуникационные технологии в политике, экономике, социальной сфере, разрабатывать и реализовывать коммуникационные стратегии, анализировать информацию, осуществлять управление проектами, организовывать онлайн и офлайн коммуникации, прямые коммуникации при помощи CRM- и интернет-систем, выстраивать коммуникации с представителями органов власти		
ПК-3.1:	Организовывает социологические исследования, осуществляет качественный и количественный анализ публичной информации, анализ целевых аудиторий (стейкхолдеров), определяет коммуникационные тактики, целевые органы власти для коммуникации, организует специальные мероприятия	**Перечень вопросов к зачету:** 1. Значение имиджа в социокультурном контексте: история и современность, западный опыт и отечественная практика. 2. Имидж как технология самопрезентации в условиях современного рынка. 3. Применение технологии имиджирования в различных социальных сферах. 4. Классификации и типологизация имиджей. Общественно-политический имидж (страна, регион, город, общественно-политическое объединение, общественно-политический деятель). 5. Классификации и типологизация имиджей. Бизнес-имидж (корпоративный имидж, имидж фирмы, имидж товара, имидж руководителя). 6. Классификации и типологизация имиджей. Личностный имидж. 7. Типы имиджа по критерию восприятия, воздействия и способу подачи. Средовый имидж. Габитарный имидж. 8. Типы имиджа по критерию восприятия,

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		воздействия и способу подачи. 9. Овеществленный имидж. Вербальный имидж. Кинетический имидж. 10. Коммуникативная составляющая имиджа. 11. Понятие имиджформирующей информации. Виды и механизмы восприятия имиджформирующей информации. Трансляционные каналы имиджформирующей информации и особенности их восприятия. 12. Факторы воздействия имиджа. Методы управления имиджем. 13. Законы сочетаний имиджа. Эффективность имиджевой коммуникации. 14. Стратегии формирования имиджа. 15. Миф – понятие, сущность и классификация. Миф как имиджевая категория. Мифологизация в системе имиджевой коммуникации. 16. Структура и основные компоненты мифа. Миф как модель для создания современных имиджевых образов. 17. Технология мифологизации, практика ее применения в зависимости от объектов и субъектов имиджирования. 18. Приемы мифологизации: использование архетипов и мифологем, метафоризация, ассоциация, персонификация, образность, ритуальные действия, обряды. 19. Особенности национальной мифологии. 20. Понятие «облик», «образ», «имидж». Индивидуальность личности. Типы личности. 21. Структурные компоненты имиджа личности. Визуальный и вербальный имидж личности. 22. Желаемый имидж. Ситуативный имидж. Деловой и профессиональный имидж. 23. Структура имиджевой кампании. Информационно-аналитический этап. Проектный этап. Креативный этап. Этап реализации. 24. Планирование мероприятий по продвижению имиджа. 25. Разработка рекламной стратегии. 26. Анализ эффективности имиджевой кампании. 27. Лоторинг и корректировка имиджа. 28. Технологии манипулирования имиджем.
ПК-3.2:	Осуществляет поиск информации в различных источниках, обрабатывает и структурирует результаты исследования,	**Контрольные задания:** 1. Студентам необходимо объяснить суть профессии имиджмейкер. Вывести необходимые профессиональные компетенции имиджмейкера. 2. Студентам необходимо на конкретных

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
	формулирует выводы и рекомендации, поддерживает коммуникации с различными аудиториями, осуществляет управление проектами, планирует и организует систему коммуникаций	примерах из отечественной/зарубежной политической рекламы проиллюстрировать следующие инструменты создания имиджа политика: - визуализация - детализация – эмоционализация. 3. Студентам необходимо на конкретных примерах из отечественной/зарубежной политической рекламы проиллюстрировать следующие инструменты создания имиджа политика: - создание форматов - вербализация – мифологизация. 4. Студентам необходимо провести анализ социальных медиа компаний (не менее 5 компаний) на предмет эффективности их использования при формировании своего имиджа. 5. Студентам необходимо привести примеры использование событийного маркетинга при формировании имиджа политика. 6. Студентам необходимо сформировать основные пункты PR–кампании по формированию имиджа организации X в городе N и презентовать свой проект перед аудиторией. 7. Организовать и провести дискуссию на тему: «Имидж мужчины – политика и женщины – политика: общее и особенное». Группа делится на две подгруппы, которые имитируют участие в политических дебатах с одной стороны мужчины – политика, с другой стороны женщины – политика. В ходе дебатов студенты обозначают особенности формирования имиджа женщины-лидера, по сравнению с мужчиной – лидером.
ПК-3.3:	Владеет технологиями поиска информации онлайн и офлайн, методами аналитической работы с большими объемами информации, методами проектного планирования,	**Примерный перечень тем докладов:** 1. Формирование представлений об имидже в культуре второй половины XX в. 2. Предмет и законы имиджелогии. Имиджелогия в системе ИМК. 3. Основные понятия имиджелогии. Имиджмейкинг, имиджбилдинг.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
	технологиями работы со СМИ и аналитическими системами, методами подготовки аналитических отчетов, инструментами планирования и на базовом уровне программами бюджетирования проектов, навыками организации публичных выступлений, технологиями работы с контентом, организации трансляции в цифровых каналах	4. Проблема соотношения имиджмейкинга и PR в разработке и поддержании имиджа: теоретический и прикладной аспекты. 5. Имидж как система и процесс. Формирование имидж-модели. Проблемы практической реализации имидж-модели. 6. Структура имиджа. Структурный подход к формированию имиджа. 7. Типология имиджей. 8. Функции персонального имиджа. 9. Анализ имиджа конкретного исторического лица (власть, политика, искусство). 10. Генезис деятельности по формированию имиджа. Анализ имиджа социально-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. Имидж как объект моделирования. Алгоритмы формирования имиджа. 14. Визуальное, вербальное, событийное, контекстное измерения имиджа. 15. Место «Я- концепции» в структуре персонального имиджа. 16. Инструментарий имиджелогии. Типология средств создания имиджа.

б) Порядок проведения промежуточной аттестации, показатели и критерии оценивания:

Промежуточная аттестация по изучаемой дисциплине включает теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень усвоения обучающимися знаний, и практические задания, выявляющие степень сформированности умений и владений, проводится в форме зачета.

Зачет по данной дисциплине проводится в устной форме по вопросам к зачету, который включает один теоретический вопрос и одно практическое задание.

Показатели и критерии оценивания

- «зачтено» - выставляется при условии, если студент показывает хорошие знания учебного материала по теме, знает сущность дисциплины, свободно выполняет практические задания.

При этом студент логично и последовательно излагает материал темы, раскрывает смысл вопроса, дает удовлетворительные ответы на дополнительные вопросы. Дополнительным условием получения оценки могут стать хорошие успехи при выполнении самостоятельной и контрольной работы, систематическая активная работа на практических занятиях.

- «не зачтено» - выставляется при условии, если студент владеет отрывочными знаниями о сущности дисциплины, дает неполные ответы на вопросы из основной литературы, рекомендованной к курсу, не может ответить на дополнительные вопросы, предложенные преподавателем.

Приложение 3

Методические рекомендации для организации самостоятельной работы студентов

Подготовка к лекции

Важным условием освоения теоретических знаний является ведение конспектов лекций, овладение научной терминологией.

Главное в период подготовки к лекционным занятиям – научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы.

Лекция является важнейшей формой организации учебного процесса, так как:

- знакомит с новым учебным материалом
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания
- систематизирует учебный материал
- ориентирует в учебном процессе.

Слушание и запись лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность студента. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим студентом.

Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях.

Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек. Лучше если они будут собственными, чтобы не приходилось просить их у однокурсников и тем самым не отвлекать их во время лекции.

Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть знаниями.

Просмотрите конспект сразу после занятий. Пометьте материал конспекта лекций, который вызывает затруднения для понимания. Попытайтесь найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь на текущей

консультации или на ближайшей лекции за помощью к преподавателю. Каждую неделю рекомендуется отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам.

Подготовка к семинарам

Цель семинара – обобщение и закрепление изученного курса. Студентам предлагаются для освещения сквозные концептуальные проблемы. Подготовку к каждому семинарскому занятию каждый студент должен начать с ознакомления с планом семинарского занятия, который отражает содержание предложенной темы.

Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованную к данной теме.

При подготовке следует использовать лекционный материал и учебную литературу. Следует внимательно прочесть свой конспект лекции по изучаемой теме и рекомендуемую к теме семинара литературу. При этом важно научиться выделять в рассматриваемой проблеме самое главное и сосредотачивать на нем основное внимание при подготовке.

Для более глубокого постижения курса и более основательной подготовки рекомендуется познакомиться с указанной дополнительной литературой. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у студентов свое отношение к конкретной проблеме. Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем по каждой теме семинарского или практического занятия, что позволяет студентам проявить свою индивидуальность в рамках выступления на данных занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

С незнакомыми терминами и понятиями следует ознакомиться в предлагаемом глоссарии, словаре или энциклопедии.

Ответ на каждый вопрос из плана семинарского занятия должен быть доказательным и аргументированным, студенту нужно уметь отстаивать свою точку зрения. Для этого следует использовать документы, монографическую, учебную и справочную литературу. Активно участвуя в обсуждении проблем на семинарах, студенты учатся последовательно мыслить, логически рассуждать, внимательно слушать своих товарищей, принимать участие в спорах и дискуссиях.

Для успешной подготовки к устному опросу, студент должен законспектировать рекомендуемую литературу, внимательно осмыслить фактический материал и сделать выводы. Студенту надлежит хорошо подготовиться, чтобы иметь возможность грамотно и полно ответить на заданные ему вопросы, суметь сделать выводы и показать значимость данной проблемы для изучаемого курса.

Студенту необходимо также дать анализ той литературы, которой он воспользовался при подготовке к устному опросу на семинарском занятии. При подготовке, студент должен правильно оценить вопрос, который он взял для выступления к семинарскому занятию. Но для того, чтобы правильно и четко ответить на поставленный вопрос, необходимо правильно уметь пользоваться учебной и дополнительной литературой.

Перечень требований к любому выступлению студента примерно таков:

- связь выступления с предшествующей темой или вопросом.
- раскрытие сущности проблемы.
- методологическое значение для научной, профессиональной и практической деятельности.

Разумеется, студент не обязан строго придерживаться такого порядка изложения, но все аспекты вопроса должны быть освещены, что обеспечит выступлению необходимую полноту и завершенность. Приводимые участником семинара примеры и факты должны

быть существенными, по возможности перекликаться с профилем обучения. Выступление студента должно соответствовать требованиям логики. Четкое вычленение излагаемой проблемы, ее точная формулировка, неукоснительная последовательность аргументации именно данной проблемы, без неоправданных отступлений от нее в процессе обоснования, безусловная доказательность, непротиворечивость и полнота аргументации, правильное и содержательное использование понятий и терминов.

Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса.

Результат такой работы должен проявиться в способности студента свободно ответить на теоретические вопросы семинара, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Подготовка презентации и доклада

Презентация, согласно толковому словарю русского языка Д.Н. Ушакова: «… способ подачи информации, в котором присутствуют рисунки, фотографии, анимация и звук».

Для подготовки презентации необходимо собрать и обработать начальную информацию. Последовательность подготовки презентации:

1. Четко сформулировать цель презентации: вы хотите свою аудиторию мотивировать, убедить, заразить какой-то идеей или просто формально отчитаться.
2. Определить каков будет формат презентации: живое выступление (тогда, сколько будет его продолжительность) или электронная рассылка (каков будет контекст презентации).
3. Отобрать всю содержательную часть для презентации и выстроить логическую цепочку представления.
4. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их.
5. Определить виды визуализации (картинки) для отображения их на слайдах в соответствии с логикой, целью и спецификой материала.
6. Подобрать дизайн и форматировать слайды (количество картинок и текста, их расположение, цвет и размер).
7. Проверить визуальное восприятие презентации.

Презентация предполагает сочетание информации различных типов: текста, графических изображений, музыкальных и звуковых эффектов, анимации и видеофрагментов. Поэтому необходимо учитывать специфику комбинирования фрагментов информации различных типов.

Для ***текстовой информации*** важен выбор шрифта, для графической – яркость и насыщенность цвета, для наилучшего их совместного восприятия необходимо оптимальное взаиморасположение на слайде.

Текстовая информация:

- размер шрифта: 24–54 пункта (заголовок), 18–36 пунктов (обычный текст);
- цвет шрифта и цвет фона должны контрастировать (текст должен хорошо читаться), но не резать глаза;
- тип шрифта: для основного текста гладкий шрифт без засечек (Arial, Tahoma, Verdana), для заголовка можно использовать декоративный шрифт, если он хорошо читаем;
- курсив, подчеркивание, жирный шрифт, прописные буквы рекомендуется использовать только для смыслового выделения фрагмента текста.

Графическая информация:

- рисунки, фотографии, диаграммы призваны дополнить текстовую информацию или передать ее в более наглядном виде;
- желательно избегать в презентации рисунков, не несущих смысловой

нагрузки, если они не являются частью стилевого оформления;

– цвет графических изображений не должен резко контрастировать с общим стилевым оформлением слайда;

– иллюстрации рекомендуется сопровождать пояснительным текстом;

– если графическое изображение используется в качестве фона, то текст на этом фоне должен быть хорошо читаем.

Единое стилевое оформление:

стиль может включать:

– определенный шрифт (гарнитура и цвет), цвет фона или фоновый рисунок, декоративный элемент небольшого размера и др.;

– не рекомендуется использовать в стилевом оформлении презентации более 3 цветов и более 3 типов шрифта;

– оформление слайда не должно отвлекать внимание слушателей от его содержательной части;

– все слайды презентации должны быть выдержаны в одном стиле.

Практические советы по подготовке презентации:

Готовьте отдельно:

– печатный текст + слайды + раздаточный материал;

– слайды – визуальная подача информации, которая должна содержать минимум текста, максимум изображений, несущих смысловую нагрузку, выглядеть наглядно и просто;

Текстовое содержание презентации:

– устная речь или чтение, которая должна включать аргументы, факты, доказательства и эмоции;

– рекомендуемое число слайдов 17-22;

– обязательная информация для презентации: тема, фамилия и инициалы выступающего; план сообщения; краткие выводы из всего сказанного; список использованных источников;

– раздаточный материал – должен обеспечивать ту же глубину и охват, что и живое выступление: люди больше доверяют тому, что они могут унести с собой, чем исчезающим изображениям, слова и слайды забываются, а раздаточный материал остается постоянным осязаемым напоминанием; раздаточный материал важно раздавать в конце презентации; раздаточный материалы должны отличаться от слайдов, должны быть более информативными.

Доклад, согласно толковому словарю русского языка Д.Н. Ушакова: «… сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материл, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию».

Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям вуза и быть указаны в докладе.

Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Работа студента над докладом-презентацией включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут.

Докладчики должны знать и уметь: сообщать новую информацию; использовать технические средства; хорошо ориентироваться в теме всего семинарского занятия; дискутировать и быстро отвечать на заданные вопросы; четко выполнять установленный регламент (не более 10 минут); иметь представление о композиционной структуре доклада и др.

Подготовка и написание реферата

Реферат, как форма обучения студентов – это краткий обзор максимального количества доступных публикаций по заданной теме, с элементами сопоставительного анализа данных материалов и с последующими выводами.

При проведении обзора должна проводиться и исследовательская работа, но объем ее ограничен, так как анализируются уже сделанные предыдущими исследователями выводы и в связи с небольшим объемом данной формы работы.

Цель написания рефератов является:

- привитие студентам навыков библиографического поиска необходимой литературы (на бумажных носителях, в электронном виде);
- привитие студентам навыков компактного изложения мнения авторов и своего суждения по выбранному вопросу в письменной форме, научно грамотным языком и в хорошем стиле;
- приобретение навыка грамотного оформления ссылок на используемые источники, правильного цитирования авторского текста;
- выявление и развитие у студента интереса к определенной научной и практической проблематике с тем, чтобы исследование ее в дальнейшем

Требования к содержанию:

- материал, использованный в реферате, должен относится строго к выбранной теме;
- необходимо изложить основные аспекты проблемы не только грамотно, но и в соответствии с той или иной логикой (хронологической, тематической, событийной и др.)
- при изложении следует сгруппировать идеи разных авторов по общности точек зрения или по научным школам;
- реферат должен заканчиваться подведением итогов проведенной исследовательской работы: содержать краткий анализ-обоснование преимуществ той точки зрения по рассматриваемому вопросу, с которой Вы солидарны.

Структура реферата.

1. титульный лист
2. Введение – раздел реферата, посвященный постановке проблемы, которая будет рассматриваться и обоснованию выбора темы.
3. Основная часть – это звено работы, в котором последовательно раскрывается выбранная тема. Основная часть может быть представлена как цельным текстом, так и разделена на главы. При необходимости текст реферата может дополняться иллюстрациями, таблицами, графиками, но ими не следует перегружать текст.
4. Заключение – данный раздел реферата должен быть представлен в виде выводов, которые готовятся на основе подготовленного текста. Выводы должны быть краткими и четкими. Также в заключении можно обозначить проблемы, которые были выявлены в ходе работы над рефератом, но не были раскрыты в работе.
5. Список источников и литературы. В данном списке называются как те источники, на которые ссылается студент при подготовке реферата, так и все иные, изученные им в связи с его подготовкой. В работе должно быть использовано не менее 5 разных источников, из них хотя бы один – на иностранном языке. Работа, выполненная с использованием материала, содержащегося в одном научном источнике, является явным плагиатом и не принимается. Оформление Списка источников и литературы должно соответствовать требованиям библиографических стандартов.