

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им.  
Н.И. Лобачевского»

**Институт международных отношений и мировой истории**

(факультет / институт / филиал)

УТВЕРЖДЕНО  
решением ученого совета ННГУ  
протокол от  
«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_

**Рабочая программа дисциплины**

**Б1.В.02 Имиджмейкинг в политике и бизнесе**

(наименование дисциплины (модуля))

**бакалавриат**

(бакалавриат / магистратура / специалитет)

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

(указывается код и наименование направления подготовки / специальности)

**Реклама и связи с общественностью в политике и коммерции**

(указывается профиль / магистерская программа / специализация)

**очная**

(очная / очно-заочная / заочная)

Нижний Новгород  
2022 год



## 1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина **Б1.В.02 Имиджмейкинг в политике и бизнесе** относится к части, формируемой участниками образовательных отношений ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профиль «Реклама и связи с общественностью в политике и коммерции» (квалификации «Бакалавр»). Дисциплина обязательна для освоения на 3 курсе в 6 семестре.

### Цели освоения дисциплины являются:

освоение студентами теоретических основ имиджелогии, основных механизмов и методов формирования имиджа, технологиями самопрезентации, а также навыками и умениями их эффективного использования в процессе профессиональной PR деятельности.

№ варианта	Место дисциплины в учебном плане образовательной программы	Стандартный текст для автоматического заполнения в конструкторе РПД
1	Блок 1. Дисциплины (модули) Часть, формируемая участниками образовательных отношений	Дисциплина Б1.В.02 Имиджмейкинг в политике и бизнесе относится к части ООП направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», формируемой участниками образовательных отношений.

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	
<b>ПКО-1.</b> Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	<b>ПКО-1.1.</b> Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью.	<i>Уметь применять на практике функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;</i> <i>- осуществлять профессиональные функции в рамках деятельности отдела рекламы и отдела по связям с общественностью в различных структурах;</i> <i>Знать основные теоретические и практические аспекты планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий;</i>	<i>тесты, собеседование, контрольная работа, доклады, сообщения, участие в дискуссиях</i>



		<p>- специфику организации и функционирования отдела рекламы и отдела по связям с общественностью в различных структурах;</p> <p>Владеть практическими навыками участия в планировании и организации коммуникационных кампаний и мероприятий;</p> <p>- анализа и самоанализа в системе реализации профессиональных функций в процессе деятельности отдела рекламы и отдела по связям с общественностью в различных структурах.</p>	
	<p><b>ПКО-1.2.</b> Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.</p>	<p>Уметь использовать в практической деятельности знания о теоретических и практических аспектах планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий;</p> <p>Знать основные теоретические и практические аспекты планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий;</p> <p>Владеть практическими навыками участия в планировании и организации коммуникационных кампаний и мероприятий</p>	<p>тесты, собеседование, контрольная работа, доклады, сообщения, участие в дискуссиях</p>



	<b>ПКО-1.3.</b> Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Уметь применять на практике знания пол организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры; Знать теоретические аспекты и особенности организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры; Владеть навыком организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.	тесты, собеседование, контрольная работа, доклады, сообщения, участие в дискуссиях
<b>ПКР-9</b> Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	<b>ПКР-9.1.</b> Анализирует коммуникационные аспекты работы организации (проекта).	Уметь анализировать коммуникационные аспекты работы организации (проекта); Знать коммуникационные аспекты работы организации (проекта); Владеть навыками анализа коммуникационных аспектов работы организации (проекта).	тесты, собеседование, контрольная работа, доклады, сообщения, участие в дискуссиях
	<b>ПКР-9.2.</b> Владеет техниками организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.	Уметь использовать в практической деятельности знания о техниках организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий; Знать техники организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий; Владеть техниками организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	тесты, собеседование, контрольная работа, доклады, сообщения, участие в дискуссиях

### 3. Структура и содержание дисциплины

#### 3.1. Трудоемкость дисциплины



	очная форма обучения	очно-заочная форма обучения	заочная форма обучения
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>3 ЗЕТ</b>	<b>___ ЗЕТ</b>	<b>___ ЗЕТ</b>
<b>Часов по учебному плану</b>	<b>108</b>		
<b>в том числе</b>			
<b>аудиторные занятия (контактная работа):</b> - занятия лекционного типа - занятия семинарского типа ( практические занятия / лабораторные работы)	<b>28</b> --		
<b>самостоятельная работа</b>	<b>78</b>		
<b>КСР</b>	<b>2</b>		
<b>Промежуточная аттестация – экзамен/зачет</b>	<b>зачет</b>		

### 3.2. Содержание дисциплины

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины, форма промежуточной аттестации по дисциплине	Всего (часы)	В том числе			
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы, из них			Самостоятельная работа обучающегося, часы
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Всего	
Тема 1. Имиджелогия как сфера профессиональной деятельности. История развития имиджелогии.		5		5	8
Тема 2. Инструментарий имиджелогии.		6		6	9
Тема 3. Аудитория имиджа. Управление имиджем.		5		5	8
Тема 4. Корпоративный имидж организации. Корпоративная культура.		6		6	9
Тема 5. Политическая имиджеология		6		6	9
Итого		28		28	43

#### Содержание разделов дисциплины:

*Тема 1. Имиджелогия как сфера профессиональной деятельности. История развития имиджелогии.*

Истоки имиджелогии. Различные подходы к пониманию имиджа. Взаимосвязь имиджелогии с другими смежными сферами. Определение понятия имиджелогии, образа, облика. Соотношение понятий «имидж», «репутация», «мнение». Свойства имиджа.



Ценностные и технологические функции имиджа. Типы имиджей, различные подходы к классификации имиджей. Компоненты имиджа личности. Основные условия формирования имиджа. Имидж как одаренность. «Я- концепция». Этические проблемы деятельности имиджмейкера по формированию имиджа клиента.

#### *Тема 2. Инструментарий имиджелогии.*

Позиционирование. Манипулирование. Мифологизация. Эмоционализация. Формат. Вербализация. Детализация. Акцентирование информации. Архаизация. Замена целей. Подача противоречивых сигналов. Дистанцирование. Визуализация. Внедрение моделей восприятия.

#### *Тема 3. Аудитория имиджа. Управление имиджем.*

Имидж в структуре мира. Аудитория имиджа: психология толпы. Технологии исследования имиджа в политике и бизнесе. Технологии управления имиджем в политике и бизнесе. Имиджевые стратегии. Четырехтактная модель имиджевой кампании.

#### *Тема 4. Корпоративный имидж организации. Корпоративная культура.*

Корпоративный имидж как средство воздействия на общественное мнение. Структура корпоративного имиджа: внешняя и внутренняя составляющая. Корпоративная культура: компоненты и механизмы формирования. Фирменный (корпоративный) стиль и его элементы, предназначенные для визуальной дифференциации компании на рынке. Корпоративная философия и фирменная история в создании имиджа компании: компоненты и механизмы формирования. Управление корпоративным имиджем организации.

#### *Тема 5. Политическая имиджеология. Технологии построения имиджа политического лидера.*

Политическая имиджеология: понятие, классификация политического имиджа. Технология формирования имиджа политического лидера. Группы черт политика, входящие в структуру имиджа. Этапы конструирования и функционирования политического имиджа. Имидж мужчины-политика, женщины-политика. Имиджи политических партий. Имидж в избирательных кампаниях. Практика зарубежных политических партий в построении политического имиджа. Основные факторы формирования политического имиджа России.

Текущий контроль успеваемости реализуется в рамках групповых или индивидуальных консультаций.

Промежуточная аттестация проходит в традиционной форме (зачет), на котором определяется:

- уровень усвоения студентами основного учебного материала по дисциплине;
- уровень понимания студентами изученного материала;
- способности студентов использовать полученные знания для анализа конкретных задач, делать выводы.

Практическая подготовка направлена на формирование и развитие:

- практических навыков в соответствии с профилем ОП: продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации



- компетенции: способность создавать текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.

#### **4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся**

*Цель самостоятельной работы* – подготовка современного компетентного специалиста и формирование способностей и навыков к непрерывному самообразованию и профессиональному совершенствованию.

Самостоятельная работа является наиболее деятельным и творческим процессом, который выполняет ряд дидактических функций: способствует формированию диалектического мышления, вырабатывает высокую культуру умственного труда, совершенствует способы организации познавательной деятельности, воспитывает ответственность, целеустремленность, систематичность и последовательность в работе студентов, развивает у них бережное отношение к своему времени, способность доводить до конца начатое дело.

*Работа над основной и дополнительной литературой.*

Изучение рекомендованной литературы логичнее начинать с учебников и учебных пособий, а затем переходить к нормативно-правовым актам, научным монографиям, материалам периодических изданий и другим источникам информации. Конспектирование – одна из основных форм самостоятельного труда, требующая от студента активно работать с учебной литературой и не ограничиваться конспектом лекций.

Студент должен уметь самостоятельно подбирать необходимые материалы для учебной и научной работы. При этом следует обращаться к предметным каталогам и библиографическим справочникам, которые имеются в библиотеках, а также уметь пользоваться поисковыми системами в интернете.

Для аккумуляции информации по изучаемым темам рекомендуется формировать личный архив, а также каталог используемых источников. Подобная работа будет весьма продуктивной с точки зрения формирования библиографии в деле изучения других дисциплин и для последующего написания выпускной квалификационной работы.

*Изучение тем самостоятельной подготовки*

Особое место отводится самостоятельной проработке студентами отдельных тем по изучаемой дисциплине. Такой подход вырабатывает у студентов инициативу, стремление к увеличению объема знаний, выработке умений и навыков всестороннего овладения способами и приемами профессиональной деятельности. Изучение вопросов очередной темы требует усвоения необходимых теоретических положений, определение проблемных моментов, ориентирования в соответствующих фактах и событиях, и способности их обобщать и анализировать.

Одной из форм самоподготовки к занятиям является *подготовка докладов и выступление с презентацией*.

При подготовке доклада и презентации материала на семинарском занятии необходимо воспользоваться следующим алгоритмом изложения темы: обоснование выбранной проблемы, оценка его современного состояния с привлечением соответствующих статистических данных, существующие проблемы, перспективы развития. Презентацию необходимо выполнить в программе Power Point с расчетом выступления примерно на 10 минут. По итогам выступления студент должен быть готов к дискуссии и «мозговому штурму» по анализу выбранной темы доклада.



### Темы докладов

1. Характеристика основных критериев эффективного имиджа в политической сфере.
2. Характеристика основных критериев эффективного имиджа в бизнесе.
3. Фирменный стиль как средство формирования имиджа.
4. Международный политический имидж России.
5. Внутренний политический имидж России.
6. Специфика профессиональной деятельности имидж-консультанта.
7. Имидж современных политических партий в России.
8. Возможности рекламы по формированию политического имиджа.
9. Возможности рекламы по формированию имиджа фирмы.
10. История становления научных воззрений на феномен имиджа в отечественной и зарубежной науке XX столетия.
11. Современное состояние и проблемы развития науки об имидже в России (XXI век).
12. Символическая природа имиджа. Использование символов в целенаправленном создании имиджа.
13. Специфика коммуникационной кампании для политического деятеля (разобрать на конкретном примере).
14. Специфика коммуникационной кампании для организации (разобрать на конкретном примере).
15. Особенности PR-коммуникаций в условиях кризиса (разобрать на конкретном примере).
16. Специфика мероприятий по формированию имиджа НКО.
17. Специфика мероприятий по формированию имиджа спортивной команды.
18. Специфика мероприятий по формированию имиджа культурно-досугового центра.

### *Самостоятельная работа студента при подготовке к зачету.*

Контроль выступает формой обратной связи и предусматривает оценку успеваемости студентов и разработку мер по дальнейшему повышению качества подготовки современных специалистов.

Итоговой формой контроля успеваемости студентов по учебной дисциплине «Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы» является зачет.

Бесспорным фактором успешного завершения очередного модуля является кропотливая, систематическая работа студента в течение всего периода изучения дисциплины (семестра). В этом случае подготовка к зачету будет являться концентрированной систематизацией всех полученных знаний по данной дисциплине.

В начале семестра рекомендуется внимательно изучить перечень вопросов к экзамену по данной дисциплине, а также использовать в процессе обучения программу, другие методические материалы, разработанные кафедрой по данной дисциплине. Это позволит в процессе изучения тем сформировать более правильное и обобщенное видение студентом существа того или иного вопроса за счет:

- а) уточняющих вопросов преподавателю;
- б) самостоятельного уточнения вопросов на смежных дисциплинах;
- в) углубленного изучения вопросов темы по учебным пособиям.

Кроме того, наличие перечня вопросов в период обучения позволит выбрать из предложенных преподавателем учебников наиболее оптимальный для каждого студента, с точки зрения его индивидуального восприятия материала, уровня сложности и стилистики изложения.

После изучения соответствующей тематики рекомендуется проверить наличие и формулировки вопроса по этой теме в перечне вопросов к зачету, а также попытаться изложить ответ на этот вопрос. Если возникают сложности при раскрытии материала, следует вновь обратиться к материалам практических занятий, уточнить терминологический аппарат темы, а также проконсультироваться с преподавателем.

### *Изучение сайтов по темам дисциплины в сети Интернет*



Ресурсы Интернет являются одним из альтернативных источников быстрого поиска требуемой информации. Их использование возможно для получения основных и дополнительных сведений по изучаемым материалам. В рамках изучения дисциплины «PR-технологии в туристическом бизнесе» рекомендуется обратить особое внимание на ресурсы, перечисленные в перечне Интернет-ресурсов в п.5.

#### *Подготовка к контрольным работам.*

На семинарских занятиях предусмотрено написание контрольных работ, предполагающих итоговый контроль по одному или нескольким разделам дисциплины. Контрольные работы, представляют собой тестовые задания и вопросы открытого типа, призванные проверить усвоение студентами соответствующих знаний, умений и навыков в рамках изучения тем дисциплины.

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведены в п. 4.2.

### **5. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю),**

включающий:

#### **5.1. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине**

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	Шкала оценивания сформированности компетенций						
	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	Не зачтено		зачтено				
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько незначительных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки.	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения, Решены все основные задачи с отдельными незначительными недочетами, выполнены все задания в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие владения материалом. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами.	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами.	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов.	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов.	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач.



	обучающего от ответа	ошибки.					
--	-------------------------	---------	--	--	--	--	--

### Шкала оценки при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	Превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно»
	Отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»
	Очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо»
	Хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо»
	Удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	Неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
	Плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

Критерии для оценивания результатов тестирования

В процессе проведения тестирования преподаватель внимательно следит за тем, чтобы обучающиеся выполняли задания самостоятельно и не мешали друг другу.

«превосходно» - 96-100% правильных ответов;

«отлично» – 86-95% правильных ответов;

«очень хорошо» - 81-85% правильных ответов;

«хорошо» – 66-80% правильных ответов;

«удовлетворительно» – 56-65% правильных ответов.

«неудовлетворительно» - 46-55% правильных ответов;

«плохо» - 45% и меньше правильных ответов.

Для оценивания результатов представления докладов используется следующая шкала:

Оценка	Уровень подготовленности, характеризуемый оценкой
--------	---



Превосходно	Доклад соответствует выбранной теме, студент ссылается на авторитетных авторов, использует достоверные источники информации, аргументированно отстаивает свою точку зрения. Презентация отвечает критериям аналитичности, лаконичности, информативности. Студент способен выразить идею ясно, сделать необходимые выводы и прогнозы.
Отлично	Доклад соответствует выбранной теме, студент ссылается на авторитетных авторов, использует достоверные источники информации. Студент высказывает свою точку зрения по всему спектру затрагиваемых проблем. Презентация отвечает критериям аналитичности, лаконичности, информативности. Студент способен выразить идею ясно, сделать необходимые выводы.
Очень хорошо	Доклад соответствует изучаемой теме, студент корректно излагает идеи современных авторов. Однако авторская позиция просматривается. Работа не перегружена информацией общего характера. Студент способен выразить частные суждения, поднимается до обобщений. Выводы дают целостное представление о проделанной работе.
Хорошо	Доклад соответствует изучаемой теме, студент корректно излагает идеи современных авторов. Однако авторская позиция просматривается с трудом. Работа перегружена информацией общего характера. Студент способен выразить частные суждения, но не поднимается до обобщений. Выводы фрагментарны и не дают целостного представления о проделанной работе.
Удовлетворительно	Доклад соответствует изучаемой теме, но не в полной мере раскрывает ее, студент не ссылается на авторитетных авторов, использует недостоверные источники информации. Студент с трудом выражает свою мысль, выводы не вытекают из сказанного.
Неудовлетворительно	Доклад не соответствует изучаемой теме, не в полной мере раскрывает ее, студент не ссылается на авторитетных авторов, использует недостоверные источники информации. Студент с трудом выражает свою мысль, выводы не вытекают из сказанного.
Плохо	Доклад не соответствует изучаемой теме или не раскрывает ее содержания.

## 5.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения

### 5.2.1. Контрольные вопросы, выносимые на зачет

<i>Вопрос</i>	<i>Код компетенции</i>
1. Истоки имиджологии. Различные подходы к пониманию имиджа. Взаимосвязь имиджологии с другими смежными сферами.	ПКО-1
2. Определение понятия имиджологии, образа, облика. Соотношение понятий «имидж», «репутация», «мнение».	ПКО-1
3. Свойства имиджа. Ценностные и технологические функции имиджа. Типы имиджей, различные подходы к классификации имиджей.	ПКО-1
4. Компоненты имиджа личности. Основные условия формирования имиджа. Имидж как одаренность. «Я-концепция». Этические проблемы деятельности имиджмейкера по формированию имиджа клиента.	ПКР-9
5. Инструментарий имиджологии: позиционирование, манипулирование, мифологизация, эмоционализация, формат, вербализация, детализация.	ПКР-9
6. Инструментарий имиджологии: акцентирование информации, архаизация, замена целей, подача противоречивых сигналов, дистанцирование,	ПКР-9



визуализация, внедрение моделей восприятия.	
7. Аудитория имиджа: психология толпы. Технологии исследования имиджа в политике и бизнесе. Технологии управления имиджем в политике и бизнесе.	ПКР-9
8. Имиджевые стратегии. Четырехтактная модель имиджевой кампании	ПКР-9
9. Корпоративный имидж, структура корпоративного имиджа: внешняя и внутренняя составляющая.	ПКО-1
10. Корпоративная культура: компоненты и механизмы формирования. Фирменный (корпоративный) стиль и его элементы, предназначенные для визуальной дифференциации компании на рынке.	ПКО-1
11. Корпоративная философия и фирменная история в создании имиджа компании: компоненты и механизмы формирования.	ПКО-1
12. Управление корпоративным имиджем организации.	ПКО-1
13. Политическая имиджелогия: понятие, классификация политического имиджа. Технология формирования имиджа политического лидера.	ПКР-9
14. Группы черт политика, входящие в структуру имиджа. Этапы конструирования и функционирования политического имиджа. Имидж мужчины-политика, женщины-политика.	ПКР-9
15. Имиджи политических партий. Имидж в избирательных кампаниях. Основные факторы формирования политического имиджа России.	ПКО-1
16. Практика зарубежных политических партий в построении политического имиджа.	ПКО-1

### **5.2.2. Типовые тестовые задания для оценки сформированности компетенции ПКО-1**

1. Содержание понятия имиджа организации включает две составляющие:

- а) познавательную и оценочностную
- б) описательную и оценочностную
- с) описательную и бытийную

2. Имидж – это:

- а) эмоционально окрашенный психический образ чего-либо или кого-либо
- б) облик предмета
- с) восприятие человека человеком

3. Впервые термин «имидж» был использован

- а) в политической сфере
- б) в юридической сфере
- с) в экономической сфере

### **Типовые тестовые задания для оценки сформированности компетенции ПКР-9:**

1. Корпоративная миссия это:

- а) социально значимая роль организации
- б) ценности организации
- с) позиционирование организации

2. Основой корпоративной философии являются:

- а) позиционирование организации



- b) комплекс принципов организации
- c) корпоративная миссия.

3. Основой корпоративной культуры являются:

- a) позиционирование организации.
- b) руководство организацией.
- c) корпоративные стандарты

#### **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

a) основная литература:

1. Шарков, Ф. И. Имидж фирмы : технологии управления : учебное пособие для вузов / Шарков Ф. И. - Москва : Академический Проект, 2020. - 272 с. ("Gaudeamus") - ISBN 978-5-8291-2932-3. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785829129323.html>
2. Шарков, Ф. И. Корпоративная имиджелогия : монография / Шарков Ф. И. , Потапчук В. А. , Давыдов Д. Г. - Москва : Академический Проект, 2020. - 176 с. - ISBN 978-5-8291-2930-9. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785829129309.html>
3. Горохов, В. М. Связи с общественностью : Теория, практика, коммуникативные стратегии : учебное пособие для студентов вузов / Горохов В. М. , Гринберг Т. Э. - Москва : Аспект Пресс, 2018. - 224 с. - ISBN 978-5-7567-0896-7. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756708967.html>
4. Кондратьев, Э. В. Связи с общественностью : учебное пособие для высшей школы / Под общ. ред. С. Д. Резника - Москва : Академический Проект, 2020. - 511 с. (Gaudeamus) - ISBN 978-5-8291-2912-5. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785829129125.html>

б) дополнительная литература:

1. Психология самопрезентации личности: Монография / О.А. Пикулева. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 320 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=415060>
2. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров, С.А. Самойленко. — Электрон. дан. — Москва : Издательский дом "Дело" РАНХиГС, 2016. — 520 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/75182>. — Загл. с экрана.
3. Перельгина, Е.Б. Психология имиджа [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2002. — 223 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/69081>. — Загл. с экрана.
4. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике [Электронный ресурс] / Шарков Ф. И. - М. : Дашков и К, 2014. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394007835.html>
5. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз [Электронный ресурс] / Шарков Ф. И. - М. : Дашков и К, 2012. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394014697.html>

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины)



Сведения о лицензионном обеспечении:

Аудитория	Оборудование/ПО	Документ
103	Рабочая станция AMD FX-6100, клавиатура - Oklich320M, мышь - A4Tech OP-720/ Windows8.1 PRO, Microsoft office 2013 – 5 шт.	Товарная накладная КМСП-42381 от 18.11.2013, акт приема-передачи прав № КМСП-42590 от 18.11.2013 Windows8.1 PRO: 00261-80403-57839-AA190 00261-80403-57839-AA389 00261-80403-57839-AA131 00261-80403-57839-AA623 00261-80403-57839-AA801 Microsoft office 2013: 00216-576000-47723-AA738 00216-57600- 47723-AA240 00216-576000-47723-AA518 00216-576000-47723-AA366 00216-576000-47723-AA086 <u>Свободно распространяемое ПО:</u> GIMP 2, Adobe Flash Player, Inkscape, Adobe Acrobat Reader DC, Opera, DjVu
	Рабочая станция DELL Vostro 3900 MTi3-4170 3.7GHz 4Gb 500GbGF705-2GbDVDRW / Windows 10 домашняя, Microsoft Office 2016 – 1 шт.	Товарная накладная 0400,1 от 12.07.2016 Windows 10 домашняя: 0326-10860-24031-AA693 Microsoft Office 2016: 00340-93324-12686-AA829 <u>Свободно распространяемое ПО:</u> GIMP 2, Adobe Flash Player, Inkscape, Adobe Acrobat Reader DC, Opera, DjVu
	Ноутбук Lenovo 15.6" B590G / Windows8.1 PRO, Microsoft Office 2013 – 1 шт.	Товарная накладная КМСП-42381 от 18.11.2013, Акт приема-передачи прав № КМСП-42590 от 18.11.2013 Windows8.1 PRO: 0178-50437-49151-AA242 Microsoft office 2013: 00216-576000-47723-AA662 <u>Свободно распространяемое ПО:</u> GIMP 2, Adobe Flash Player, Inkscape, Adobe Acrobat Reader DC, Opera, DjVu
107 (портативное оборудование)	Ноутбук Lenovo 15.6" B590G / Windows8.1 PRO, Microsoft office 2013 – 3 шт.	Товарная накладная КМСП-42381 от 18.11.2013, Акт приема-передачи прав № КМСП-42590 от 18.11.2013 Windows8.1 PRO: 00178-50437-49151-AA944 00178-50437-49151-AA825 00178-50437-49151-AA293 Microsoft office 2013: 00216-57600-47723-AA877 00216-57600-47723-AA856 00216-57600-47723-AA634
207 (аудитория для самостоятельной подготовки)	Windows Vista Business – 6 шт.	Товарная накладная №36 от 29.01.2009, акт №36 от 29 января 2009 Windows Vista Business (1 лицензия на 6 компьютеров): 89576-236-0200005-71680 Консультант+ (некоммерческая интернет-версия) <u>Свободно распространяемое ПО:</u> Adobe Flash Player, Adobe Acrobat



		Reader, Chrome, Firefox, DjVu
303	Рабочая станция Intel Core i5-3570K, клавиатура - Oklich320M, мышь - A4Tech OP-720 3D/ Windows8.1 PRO, Microsoft Office 2013 – 3 шт.	Товарная накладная КМСП-42381 от 18.11.2013, акт приема-передачи прав № КМСП-42590 от 18.11.2013 Windows 8.1 PRO: 00261-80403-57839-AA873 00261-80403-57839-AA208 00261-80403-57839-AA646 Microsoft office 2013: 00216-57600-47723-AA738 00216-57600-47723-AA240 00216-57600-47723-AA831
	Рабочая станция DELL Vostro 3900 MTi3-4170 3.7GHz 4Gb 500GbGF705-2GbDVDRW/ Windows 10 домашняя, Microsoft Office 2016 – 1 шт.	Товарная накладная 0479 от 24.08.2016 Windows 10 домашняя: 003273035957005-AAОЕМ Microsoft office 2016: 00340-80000-00000-AA71
320	Ноутбук DELL Inspiron/ Windows 10 домашняя, Microsoft Office 2016 – 1 шт.	Товарная накладная 0400,1 от 12.07.2016 Windows 10 домашняя: 00327-43218-13268-AAОЕМ Microsoft office 2016: 00340-933324-12686-AA80

Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

1. Портал специалистов по рекламе, маркетингу, PR [электронный ресурс] // [www.sostav.ru](http://www.sostav.ru)
2. Сайт Российской Ассоциации по Связям с Обществом (РАСО) [электронный ресурс] // [www.raso.ru](http://www.raso.ru)
3. Сайт специалистов в области рекламы и связей с общественностью [электронный ресурс] // [www.advertology.ru](http://www.advertology.ru)
4. АКАР (Ассоциация коммуникационных Агентств России) [электронный ресурс] <http://www.akarussia.ru>
5. Электронно-библиотечная система «Знаниум» <http://znanium.com>
6. Электронно-библиотечная система «Лань» <http://e.lanbook.com>
7. Электронно-библиотечная система «Консультант студента» <http://www.studentlibrary.ru> Университетская библиотека онлайн <http://www.biblioclub.ru>

## 6. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения: демонстрационное оборудование для презентаций на аудиторных занятиях.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду ННГУ.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (уровень бакалавриата).

Автор (ы) к.п.н., доцент Ю.А. Селиверстова

Рецензент (ы) к.п.н., доцент Н.А. Кузнецова

Заведующий кафедрой д.филол.н., профессор А.Н. Фортунатов

Программа одобрена на заседании методической комиссии Института международных отношений и мировой истории от «\_\_» \_\_\_\_\_ 2022 года, протокол № \_\_\_\_\_.