

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования_
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт филологии и журналистики

УТВЕРЖДЕНО

решением президиума Ученого совета ННГУ

протокол № 1 от 16.01.2024 г.

Рабочая программа дисциплины

Имидж в системе политических коммуникаций

Уровень высшего образования

Бакалавриат

Направление подготовки / специальность

42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Направленность образовательной программы

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Форма обучения

очная, заочная

г. Нижний Новгород

2024 год начала подготовки

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.15 Имидж в системе политических коммуникаций относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы.

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	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	<p>УК-5.1: Применяет основные категории философии к анализу мировоззренческой специфики различных культурных сообществ</p> <p>УК-5.2: Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношение к историческому наследию и культурным традициям</p> <p>УК-5.3: Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях</p> <p>УК-5.4: Проявляет в своем поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира</p> <p>УК-5.5: Сознательно выбирает ценностные ориентиры и гражданскую позицию; аргументированно</p>	<p>УК-5.1:</p> <p>Знает основы философских знаний, этапы исторического развития философских знаний, основные этапы и закономерности исторического развития общества в целом, а также отдельных стран и регионов; основные этапы и закономерности научного развития в общегуманитарных областях, содержание важнейших теоретических концепций, в том числе связанных с изучением мировоззренческой специфики культурных сообществ, а также видение возможности их применения в учебной деятельности;</p> <p>Умеет использовать основы философских знаний и знания об этапах исторического развития философских знаний для формулирования выводов и гипотез при изучении динамики социально-экономических процессов; формулировать выводы и гипотезы, а также решать задачи в области системного анализа с применением соответствующих теорий и методов</p> <p>Владеет навыками анализа и синтеза восприятия и</p>	Дискуссия	Экзамен: Контрольные вопросы

	<p>обсуждает и решает проблемы мировоззренческого, общественного и личностного характера</p>	<p>использования философских и исторических концепций с целью применения в социально-экономических дисциплинарных областях; навыками анализа и синтеза восприятия и использования теоретического материала с целью применения в различных дисциплинарных областях.</p> <p>УК-5.2: Знает специфику толерантного подхода к восприятию социальных и культурных различий;</p> <p>Умеет использовать знания о специфике толерантного подхода к восприятию социальных и культурных различий в профессиональной деятельности;</p> <p>Владеет навыками саморефлексии в процессе анализа практической деятельности, связанной с толерантным восприятием социальных и культурных различий, уважительного и бережного отношения к историческому наследию и культурным традициям.</p> <p>УК-5.3: Знает основы межкультурной коммуникации;</p> <p>Умеет вести коммуникацию с представителями иных национальностей и конфессий с соблюдением этических и межкультурных норм;</p> <p>Владеет навыками анализа философских и исторических фактов, опытом эстетической оценки явлений культуры, в том числе в контексте межкультурной коммуникации.</p>		
--	--	--	--	--

		<p>УК-5.4:</p> <p>Знает этапы исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира, а также социокультурные традиции различных социальных групп;</p> <p>Умеет использовать в практической деятельности знания об этапах исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира, а также о социокультурных традициях различных социальных групп;</p> <p>Владеет навыками анализа событий, связанных с различными этапами исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира.</p> <p>УК-5.5:</p> <p>Знает подходы к формированию ценностных ориентиров и гражданской позиции, особенности аргументации в системе отстаивания своей мировоззренческой позиции;</p> <p>Умеет использовать в практической деятельности знания о подходах к формированию ценностных ориентиров и гражданской позиции, особенностях аргументации в системе отстаивания своей мировоззренческой позиции;</p> <p>Владеет навыками аргументированного обсуждения и решения проблем мировоззренческого, общественного и личностного характера, отстаивания ценностных ориентиров и своей гражданской позиции.</p>		
ПК-12: Способен строить свою	ПК-12.1: Участвует в продвижении социально	ПК-12.1: Знать специфику	Эссе	Экзамен:

<p>профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p>	<p>значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы; ПК-12.2: При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности.</p>	<p>продвижения социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы; мировой и отечественный опыт продвижения социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы;</p> <p>Уметь использовать знания о специфике и мировом и отечественном опыте продвижения социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы;</p> <p>Владеть практическими навыками продвижения социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы.</p> <p>ПК-12.2: Знать принципы открытости и корпоративной социальной ответственности в деятельности в области рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Уметь при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опираться на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности;</p> <p>Владеть практическими навыками использования принципов открытости и корпоративной социальной ответственности в деятельности в области рекламы и связей с общественностью.</p>		<p>Контрольные вопросы</p>
<p>ПК-17: Способен продвигать индивидуальный и (или) коллективный</p>	<p>ПК-17.1: Применяет на практике технологии продвижения продукта</p>	<p>ПК-17.1: Знать технологии взаимодействия с</p>	<p>Доклад</p>	<p>Экзамен: Контрольные</p>

<p>проект в области рекламы и связей с общественностью путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации</p>	<p>путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации; ПК-17.2: Анализирует требования потребителей к продукту, владеет навыками взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации; ПК-17.3: Проводит презентацию, интервью, пресс-конференцию и т.д. при продвижении индивидуального и (или) коллективного проекта в области рекламы и связей с общественностью.</p>	<p>социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;</p> <p>Уметь применять на практике технологии продвижения продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;</p> <p>Владеть практическими навыками взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации в процессе продвижения коммуникационного продукта.</p> <p>ПК-17.2: Знать методики анализа требования потребителей к коммуникационному продукту;</p> <p>Уметь применять в практической деятельности методики анализа требования потребителей к коммуникационному продукту;</p> <p>Владеть навыками самостоятельного анализа требований потребителя к коммуникационному продукту, взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации.</p> <p>ПК-17.3: Знать теоретические аспекты проведения презентаций, интервью, пресс-конференций и т.д. при продвижении индивидуального и (или) коллективного проекта</p>		<p>вопросы</p>
--	--	--	--	----------------

		<p>в области рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Уметь применять в практической деятельности технологии проведения презентаций, интервью, пресс-конференций и т.д. при продвижении индивидуального и (или) коллективного проекта в области рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Владеть практическими навыками участия в проведении презентаций, интервью, пресс-конференций и т.д. при продвижении индивидуального и (или) коллективного проекта в области рекламы и связей с общественностью.</p>		
<p>ПК-2: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>	<p>ПК-2.1: Анализирует коммуникационные аспекты работы организации (проекта).</p> <p>ПК-2.2: Владеет техниками организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.</p>	<p>ПК-2.1:</p> <p>Знать коммуникационные аспекты деятельности организации;</p> <p>Уметь выстраивать внешние и внутренние коммуникации в рамках деятельности организации;</p> <p>Владеть практическими навыками формирования внешних и внутренних коммуникаций в рамках деятельности организации.</p> <p>ПК-2.2:</p> <p>Знать технологии и техники организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;</p> <p>Уметь применять в практической деятельности организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;</p> <p>Владеть практическими навыками участия в</p>	Задания	<p>Экзамен:</p> <p>Контрольные вопросы</p>

		организации и проведении коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.		
ПК-3: Способен учитывать в профессиональной деятельности специфику организационной структуры подразделения по связям с общественностью и рекламы	<p>ПК-3.1: Реализует основные принципы и правила работы в рекламном (маркетинговом) отделе, отделе по связям с общественностью (пресс-службе);</p> <p>ПК-3.2: Применяет компьютерные технологии при создании рекламного и коммуникационного продукта, осуществляет фото- и видеосъемку для производства рекламного и коммуникационного продукта;</p> <p>ПК-3.3: Владеет техническими и программными средствами для создания рекламы, навыком разработки средств продвижения рекламного и коммуникационного продукта.</p>	<p>ПК-3.1:</p> <p>Знать основные принципы и правила работы в рекламном (маркетинговом) отделе, отделе по связям с общественностью (пресс-службе);</p> <p>Уметь учитывать в профессиональной деятельности специфику организационной структуры подразделения по связям с общественностью (пресс-службы), рекламного (маркетингового) отдела;</p> <p>Владеть навыками выполнения профессиональных обязанностей в рамках организационной структуры подразделения по связям с общественностью (пресс-службы), рекламного (маркетингового) отдела.</p> <p>ПК-3.2:</p> <p>Знать основные компьютерные технологии, применяемые при создании рекламного и коммуникационного продукта, основы фото- и видеосъемки;</p> <p>Уметь применять в процессе создания рекламного и коммуникационного продукта компьютерные технологии, осуществлять фото- и видеосъемку;</p> <p>Владеть практическими навыками использования в процессе создания рекламного и коммуникационного продукта компьютерных технологий, основ фото и видеосъемки.</p>	Коллоквиум	Экзамен: Контрольные вопросы

		<p>ПК-3.3: Знать основные программные средства создания рекламы, технологии разработки средств продвижения рекламного и коммуникационного продукта;</p> <p>Уметь применять в практической деятельности программные средства создания рекламы, технологии разработки средств продвижения рекламного и коммуникационного продукта;</p> <p>Владеть практическими навыками участия в процессе создания рекламы с применением программных средств, технологий разработки средств продвижения рекламного и коммуникационного продукта.</p>		
<p>ПК-5: Владеет навыками создания рекламного и PR-текста с учетом жанрово-стилевой и тематической специфики, а также требований разных типов СМИ</p>	<p>ПК-5.1: Создает рекламный и PR-текст, учитывая жанрово-стилевую и тематическую специфику коммуникационного продукта;</p> <p>ПК-5.2: Адаптирует рекламный и PR-текст с учетом требований разных типов СМИ.</p>	<p>ПК-5.1: Знать специфику создания рекламного и PR-текста, жанрово-стилевые и тематические аспекты создания коммуникационного продукта;</p> <p>Уметь применять в практической деятельности теоретические основы создания рекламного и PR-текста;</p> <p>Владеть практическими навыками создания рекламного и PR-текста.</p> <p>ПК-5.2: Знать технологии адаптации рекламного и PR-текста к требованиям требований разных типов СМИ;</p> <p>Уметь применять в практической деятельности технологии адаптации рекламного и PR-текста к требованиям требований разных типов СМИ;</p>	<p>Деловая игра Кейс-задание</p>	<p>Экзамен: Контрольные вопросы</p>

		Владеть практическими навыками адаптации рекламного и PR-текста к требованиям требований разных типов СМИ.		
--	--	--	--	--

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная	заочная
Общая трудоемкость, з.е.	3	3
Часов по учебному плану	108	108
в том числе		
аудиторные занятия (контактная работа):		
- занятия лекционного типа	24	4
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	12	4
- КСР	2	2
самостоятельная работа	34	89
Промежуточная аттестация	36 Экзамен	9 Экзамен

3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование разделов и тем дисциплины	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 (практические занятия/лабораторные работы), часы		Всего			
	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0
Тема 1. Роль имиджа в сфере публичности	4	8	2				2	0	2	8
Тема 2. Роль мифа в общественном сознании и его трансформации с древних времен до наших дней	8	8	2		2		4	0	4	8
Тема 3. Феномен имиджа политика	8	10	2		2	2	4	2	4	8
Тема 4. Имидж власти в России	8	8	2		2		4	0	4	8
Тема 5. Характерные черты имиджа лидера	6	8	2				2	0	4	8
Тема 6. Особенности построения имиджа в различных средствах массовой коммуникации	10	11	4	2	2		6	2	4	9

Тема 7. Предвыборная кампания: имидж партии и кандидата	10	14	4	2	2		6	2	4	12
Тема 8. Имидж и обратная связь: особенности, проблематика изучения, влияние на результат	10	14	4		2	2	6	2	4	12
Тема 9. Имидж города, региона, государства	6	16	2				2	0	4	16
Аттестация	36	9								
КСР	2	2					2	2		
Итого	108	108	24	4	12	4	38	10	34	89

Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1. Роль имиджа в сфере публичности.

Понятие имиджа. Имидж и миф. Имидж и связи с общественностью. Различные типы имиджа.

Структура имиджа. Понятие стереотипа. Моделирование имиджа.

Тема 2. Роль мифа в общественном сознании и его трансформации с древних времен до наших дней.

Древние мифологические картины мира. Архетип и его роль в бытовании и эволюции миф. Ритуал и традиции как закреплённые обычаями и установлениями формы общественного и индивидуального поведения.

Национальные мифы в мультикультурном контексте. Политическая мифология в процессах современной глобализации. Мифы массовой культуры.

Потребление как основной социальный ритуал. Реклама как основной миф современности. Кино и телевидение как фабрики мифов. Интернет как среда генерирования и глобальной трансляции мифологизированного контента.

Тема 3. Феномен имиджа политика.

Имидж лидера как объект управления. Технологии имиджирования. Составляющие имиджа политика.

Вербальный и невербальный имидж в политике. Имидж женщины-политика.

Тема 4. Имидж власти в России.

Имидж власти: историческая перспектива и современность. Государственные мифы. Имидж территории: особенности составление образа, модели. Геобрендинг. Госслужащий как представитель государства и транслятор его имиджа.

Тема 5. Характерные черты имиджа лидера.

Эмоциональное восприятие как фундамент имиджа. Виды эмоциональных реакций: аффект, настроение, страсть. Эмоционально окрашенная информация и фильтры сознания. Положительные и отрицательные эмоции. Эмоции и память. Пути внедрения эмоций в сообщение: конкретизация; сопереживание; заимствование чужих эмоций.

Дистанцирование лидера от негативных символов и проблем. Дистанцирование в кризисных ситуациях. Дистанцирование как элемент стратегии формирования имиджа.

Свойства имиджа руководителя: адекватность, ответственность, устойчивость, целостность, презентабельность. Характеристика этапов формирования имиджа: изучение объекта, оценка аудитории, коррекция характеристик объекта, символизация, позиционирование, презентация имиджа.

Тема 6. Особенности построения имиджа в различных средствах массовой коммуникации.

Коммуникационная модель формирования имиджа. Методы взаимодействия с аудиторией. Роль механизмов социально-психологического влияния в процессе формирования имиджа. Структура публичной презентации. Специфика различных СМИ как каналов передачи информации и построения имиджа.

Тема 7. Предвыборная кампания: имидж партии и кандидата.

Формы освещения деятельности политических лидеров. Взаимодействие субъектов политического руководства и управления. Составляющие имиджа политического лидера и политической партии.

Имидж и харизма. Ядро имиджа: легенда, позиции, установки. Приемы использования мифологических

коммуникаций при построении имиджа.

Тема 8. Имидж и обратная связь: особенности, проблематика изучения, влияние на результат.

Методики определения эффективности имиджа. Качественные и количественные методы оценки эффективности. Кабинетные и полевые методы.

Структура имиджевых характеристик: биологические, коммуникативные, социальные, мифологические, контекстные. Типология персонального имиджа: функциональные, контекстные, сопоставительные подходы.

Стратегия конструирования имиджа и политика информационной открытости. Имидж и самооценка личности. Создание легенды как составной части имиджа. Навыки построения личностного имиджа, «конструирования» мимики, поведенческого этикета, элегантности манер и гармонизации общего вида. Особенности эмоциональной сферы и способы ее регулирования.

Тема 9. Имидж города, региона, государства.

Имидж территории как ментальный продукт и его основные признаки: компактность, целостность, укорененность, устойчивость, оценочный характер.

Структурные компоненты территориального имиджа: визуальный, информационный, экономический, социальный, политический, культурный. Субъекты, заинтересованные в создании и продвижении территориального имиджа. Роль первых лиц региона в формировании его имиджа.

Город как совокупность продуктов, сбыт которых нужно информационно стимулировать: городская среда (безопасность, экология и чистота, образование и здравоохранение); внешний вид города (архитектура, транспорт, планы развития и застройки); инфраструктура (коммуникации, дороги, энергетика, жилье); уникальность (природа, история, знаменитости, культура, спорт, развлечения, события).

Инвестиционная привлекательность региона и пути ее формирования. Возможности интегрированного маркетинга при позиционировании регионов. Влияние уровня менеджмента исполнительной власти на масштаб и креативный потенциал имиджевых мероприятий.

Практические занятия /лабораторные работы организуются, в том числе, в форме практической подготовки, которая предусматривает участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

На проведение практических занятий / лабораторных работ в форме практической подготовки отводится: очная форма обучения - 12 ч.

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используются:

Электронные курсы, созданные в системе электронного обучения ННГУ:

Имиджелогия, <https://e-learning.unn.ru/course/view.php?id=5645>.

Иные учебно-методические материалы:

<https://e-learning.unn.ru/course/view.php?id=5645>

5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:

5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Дискуссия) для оценки сформированности компетенции УК-5:

Темы для дискуссий:

1. Интернет как новая среда создания и бытования имиджей.
2. Имидж женщины-политика.
3. Особенности манипулятивных технологий, онованных на обращении к эмоциям.

Критерии оценивания (оценочное средство - Дискуссия)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Студент активно участвует в обсуждении, грамотно аргументирует свой ответ, развернуто отвечает на заданные вопросы.
не зачтено	Студент не участвует в обсуждении, не может привести аргументы либо ответить на заданный вопрос.

5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Эссе) для оценки сформированности компетенции ПК-12:

1. Имидж этноса как социально психологический феномен.
2. Медиаимидж в сфере политики.
3. Ретроспективное формирование имиджа исторических личностей.
4. Имидж защитника Родины в современной России.
5. Блогосфера как пространство формирования имиджей.

Критерии оценивания (оценочное средство - Эссе)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Содержание соответствует теме эссе, материал систематизирован и структурирован, основные понятия проблемы раскрыты полностью и глубоко; в постановке проблемы присутствует новизна и самостоятельность.
не зачтено	Содержание не соответствует теме эссе, материал плохо систематизирован и структурирован, основные понятия проблемы не раскрыты; в постановке проблемы нет самостоятельности.

5.1.3 Типовые задания (оценочное средство - Доклад) для оценки сформированности компетенции ПК-17:

Темы для докладов:

1. Роль метафоризации в имиджелогии.
2. Имидж и выборные технологии.
3. Рациональное и иррациональное в социальном мифе.
4. Роль мифа в политической коммуникации.
5. Миф и символ: общее и различное.
6. Типология политических мифов

Критерии оценивания (оценочное средство - Доклад)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Содержание соответствует теме доклада, материал систематизирован и структурирован, основные понятия проблемы раскрыты полностью и глубоко; в постановке проблемы присутствует новизна и самостоятельность.
не зачтено	Содержание не соответствует теме доклада, материал плохо систематизирован и структурирован, основные понятия проблемы не раскрыты; в постановке проблемы нет самостоятельности.

5.1.4 Типовые задания (оценочное средство - Задания) для оценки сформированности компетенции ПК-2:

Задание 1: проанализировать имидж современного российского политика (по выбору студента).

Задание 2: проанализировать имидж политической партии (по выбору студента).

Задание 3: проанализировать PR-кампанию в электоральной среде (по выбору студента).

Задание 4: проанализировать личный блог политика (по выбору студента) в социальных сетях.

Критерии оценивания (оценочное средство - Задания)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Студент активно участвует в выполнении задания (задание выполнено), грамотно аргументирует свой ответ, развернуто отвечает на заданные вопросы.
не зачтено	Студент не участвует в выполнении задания (задание не выполнено), не может привести аргументы либо ответить на заданный вопрос.

5.1.5 Типовые задания (оценочное средство - Коллоквиум) для оценки сформированности компетенции ПК-3:

Вопросы к коллоквиуму

1. Имидж и репутация: общее и особенное
2. Структура имиджа личности
3. Структура имиджа органа государственной власти
4. Структура имиджа территории
5. Социальные сети как пространство формирования имиджа
6. Медиаимидж и его особенности
7. Имидж политической партии
8. Имидж политического лидера

Критерии оценивания (оценочное средство - Коллоквиум)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Содержание соответствует заданному вопросу, материал систематизирован и структурирован, основные понятия проблемы раскрыты полностью и глубоко.
не зачтено	Содержание ответа не соответствует вопросу, материал плохо систематизирован и структурирован, основные понятия проблемы не раскрыты.

5.1.6 Типовые задания (оценочное средство - Деловая игра) для оценки сформированности компетенции ПК-5:

Темы для деловых игр:

- 1) пресс-конференция политика (один студент выполняет роль политика, другой - пресс-секретаря политика, остальные - журналисты);
- 2) политические дебаты (один студент - ведущий дебатов, четыре участника дебатов, остальные - журналисты);
- 3) интервью с политиком.

Критерии оценивания (оценочное средство - Деловая игра)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Студент активно участвует в деловой игре, грамотно аргументирует свой ответ, развернуто отвечает на заданные вопросы.
не	Студент не участвует в деловой игре, не может привести аргументы либо ответить на

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	заданный вопрос.

5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатор достижения 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 несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	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 отдельным и несущественными 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 базовых навыков. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	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

Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой
	отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «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».
	плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:

5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции УК-5

1. Имидж и репутация: общее и различное.
2. Место категории «имидж» в научном дискурсе.
3. Роль средств массовой информации в формировании имиджа.
4. Способы конструирования имиджей.
5. Концепция «третьей волны» Э. Тоффлера.
6. Понятия «миф», «символ» в работе Р. Барта «Мифологии».
7. Варианты имиджа, присущие функциональному подходу.
8. Типология имиджей в соответствии с сопоставительным подходом.

5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-12

1. Роль и место имиджа в сфере связей с общественностью.
2. Основные условия и компоненты формирования имиджа.
3. Приоритетные функции имиджа.
4. Социальные стереотипы и установки в формировании имиджа.
5. Роль средств массовой информации в формировании имиджа.
6. Составляющие имиджа политика.
7. Имидж власти: историческая перспектива и современность.

5.3.3 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-17

1. Госслужащий как представитель государства и транслятор его имиджа.
2. Информационная политика государства, ее компоненты.
3. Роль политической коммуникации в реализации государственной информационной политики.
4. Специфика построения имиджа государственного служащего.
5. Институт представительства Президента РФ в федеральных округах: коммуникационные особенности.
6. Имидж полномочного представителя Президента РФ, его специфика.

5.3.4 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-2

1. Геобрендинг, основные составляющие.
2. Образы и национальные стереотипы страны, нации, государства.
3. Структура и способы создания имиджа города, региона.
4. Особенности работы по созданию географических образов-брендов.
5. Перформанс как способ реализации имиджевых стратегий.
6. Технология создания образов в сети Интернет.

5.3.5 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-3

1. «Четырехтактная модель» имиджевой коммуникации.
2. Харизма и ее роль в процессе формирования имиджа.
3. Типология имиджей в политике.
4. Особенности создания имиджа политического оппонента.
5. Имидж и национальная ментальность.
6. Особенности конструирования имиджа женщины-политика.

7. Создание имиджа политического института.

8. Создание имиджа политической партии.

5.3.6 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-5

1. Стратегии развития имиджевых технологий в кризисной ситуации.
2. Определение эффективности имиджа.
3. Качественные и количественные методы оценки эффективности имиджа.
4. Лингвистические и экстралингвистические компоненты имиджа политика
5. Речь политического лидера: функциональные и художественные особенности.
6. Особенности репрезентации политического лидера в печатных СМИ.
7. Специфика политической коммуникации на радио и телевидении.
8. Роль Интернет-технологий в формировании имиджа политика.
9. Значение социальных сетей в политической коммуникации.

Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки. Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов. Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартных задач.
отлично	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок. Продемонстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными несущественным недочетами, выполнены все задания в полном объеме. Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов.
очень хорошо	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок. Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами. Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов.
хорошо	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок. Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами. Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами.
удовлетворительно	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок. Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с

Оценка	Критерии оценивания
	негрубыми ошибками. Выполнены все задания но не в полном объеме.
неудовлетворительно	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки. При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки.
плохо	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа. Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Андреева Светлана Валентиновна. Имиджология : Учебное пособие. - Кемерово : ФГБОУ ВО "Кемеровский государственный институт культуры", 2017. - 72 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-8154-0400-7., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=628593&idb=0>.
2. Логинова А. К. Имиджология : учебное пособие для вузов / Логинова А. К. - 3-е изд., стер. - Санкт-Петербург : Лань, 2024. - 72 с. - Книга из коллекции Лань - Экономика и менеджмент. - ISBN 978-5-507-47306-9., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=885293&idb=0>.
3. Селентьева Дарья Олеговна. Политическая имиджология : Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Селентьева Д. О. - 2-е изд. - Москва : Юрайт, 2018. - 193 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-00968-2 : 409.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=586701&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Горчакова В. Г. Имиджология : теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов. - М. : Юнити-Дана, 2012. - 335 с. - ISBN 978-5-238-02095-2 : 450.00., 3 экз.
2. Шавардова Е. Ю. Имиджология. Практикум : учебно-методическое пособие / Шавардова Е. Ю. - Севастополь : СевГУ, 2023. - 99 с. - Книга из коллекции СевГУ - Экономика и менеджмент., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=865526&idb=0>.
3. Кошлякова Мария Оскаровна. Имиджология. Вербализация имиджа: Методические указания по выполнению самостоятельной работы для студентов, обучающихся по специальности 230500 Социально-культурный сервис и туризм : Учебно-методическая литература / Российский новый университет. - Москва : ГОУВПО "Московский государственный университет сервиса", 2005. - 21 с. - ВО - Бакалавриат., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=594892&idb=0>.

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

1. <http://mediaprofi.org/> информационно-аналитический журнал медиа отрасли России и ближнего зарубежья
2. <http://www.mediascope.ru/> электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В.Ломоносова
3. <https://ruj.ru/> официальный сайт Союза журналистов РФ
4. <https://rkn.gov.ru/> официальный сайт Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовой коммуникации (Роскомнадзор).
5. <https://www.rfs.ru/> официальный сайт РФС.
6. . <http://imageology.ru> портал «Имиджелогия.ру»
7. <http://www.er.ru/> официальный сайт партии «Единая Россия»
8. <http://government.ru/> сайт Правительства РФ
9. <http://kprf.ru/> официальный сайт Коммунистической партии Российской Федерации.
10. <http://ldpr.ru/> официальный сайт Либерально-демократической партии России.
11. <http://www.kremlin.ru/> официальный сайт Президента РФ
12. <http://spravedlivo.ru> официальный сайт партии «Справедливая Россия»

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения, компьютерами.

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

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению подготовки/специальности 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью.

Автор(ы): Коданина Анна Львовна, кандидат политических наук.

Заведующий кафедрой: Савинова Ольга Николаевна, доктор политических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 12.01.2024, протокол № 12.