

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

Институт международных отношений и мировой истории

УТВЕРЖДЕНО

решением президиума Ученого совета ННГУ

протокол № 1 от 16.01.2024 г.

Рабочая программа дисциплины

Имиджмейкинг в политике и бизнесе

Уровень высшего образования

Бакалавриат

Направление подготовки / специальность

41.03.04 - Политология

Направленность образовательной программы

Политические отношения, процессы и институты

Форма обучения

очная

г. Нижний Новгород

2024 год начала подготовки

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.ДВ.05.02 Имиджмейкинг в политике и бизнесе 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
ПК-2: Способен участвовать в проведении политических и избирательных кампаний и использовать знания о других видах политической мобилизации	<p>ПК-2.1: Проводит планирование политических и избирательных кампаний</p> <p>ПК-2.2: Рассчитывает качественные и количественные показатели, характеризующие эффективность политических и избирательных кампаний</p> <p>ПК-2.3: Понимает основные принципы политической мобилизации</p>	<p>ПК-2.1: Знает теоретические аспекты планирования политических и избирательных кампаний в сфере имиджмейкинга; Умеет проводить планирование политических и избирательных кампаний в сфере имиджмейкинга; Владеет навыком планирования политических и избирательных кампаний в сфере имиджмейкинга.</p> <p>ПК-2.2: Знает качественные и количественные показатели, характеризующие эффективность политических и избирательных кампаний в сфере имиджмейкинга; Умеет рассчитывать качественные и количественные показатели, характеризующие эффективность политических и избирательных кампаний в сфере имиджмейкинга; Владеет навыками применения на практике расчёта качественных и количественных показателей, характеризующих эффективность политических и избирательных кампаний в сфере имиджмейкинга.</p>	<p>Доклад</p> <p>Задания</p> <p>Собеседование</p> <p>Тест</p>	<p>Зачёт:</p> <p>Контрольные вопросы</p>

		<p>ПК-2.3: Знает основные принципы политической мобилизации; Умеет понимать основные принципы политической мобилизации; Владеет навыком применения на практике основных принципов политической мобилизации.</p>		
--	--	---	--	--

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная
Общая трудоемкость, з.е.	2
Часов по учебному плану	72
в том числе	
аудиторные занятия (контактная работа):	
- занятия лекционного типа	16
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	16
- КСР	1
самостоятельная работа	39
Промежуточная аттестация	0 Зачёт

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	
Ф Ф Ф	Ф Ф Ф	Ф Ф Ф	Ф Ф Ф	Ф Ф Ф	
Тема 1. Имидж как социокультурный феномен	11	2	2	4	7
Тема 2. Персональный имиджмейкинг	16	4	4	8	8
Тема 3. Корпоративный имидж	16	4	4	8	8
Тема 4. Конструирование имиджа товара и услуги	10	2	2	4	6
Тема 5. Политический имиджмейкинг	18	4	4	8	10

Аттестация	0				
КСР	1			1	
Итого	72	16	16	33	39

Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1. Имидж как социокультурный феномен. Исторические условия актуализации имиджа. Понятие, функции, классификация имиджа.

Тема 2. Персональный имиджмейкинг. Имидж личности. Харизма. Пассионарность. Стиль. Мода как средство выражения стиля. Я-концепция в имиджмейкинге. Инструментарий имиджологии.

Тема 3. Корпоративный имидж. Структура корпоративного имиджа. Корпоративная культура организации. Социальная ответственность как современная имиджевая характеристика организации. Роль бренда в формировании корпоративного имиджа.

Тема 4. Конструирование имиджа товара и услуги. Выбор товара/услуги как отражение стиля жизни. Факторы, определяющие имидж товара и услуги. Средства конструирования имиджа товара и услуги.

Тема 5. Политический имиджмейкинг. Понятие политический имидж. Технологии построения политического имиджа. Аудитория политического имиджа. Политическая коммуникация. Методы оценки эффективности имиджа.

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:

- электронный курс "-".

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 - Доклад) для оценки сформированности компетенции ПК-2:

Темы докладов:

1. Символическая природа имиджа. Использование символов в целенаправленном создании имиджа.
2. Специфика мероприятий по формированию имиджа НКО
3. Специфика мероприятий по формированию имиджа политической партии (на конкретном примере)
4. Характеристика основных критериев эффективного имиджа в сфере культуры.

5. Характеристика основных критериев эффективного имиджа в бизнесе.
6. Фирменный стиль как средство формирования имиджа.
7. Международный политический имидж России.
8. Внутренний политический имидж России.
9. Специфика профессиональной деятельности имидж-консультанта.
10. Имидж современных политических партий в России.
11. Возможности рекламы по формированию политического имиджа.

Критерии оценивания (оценочное средство - Доклад)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Доклад логично структурирован, соответствует изучаемой теме. Студент корректно отражает фактический, статистический материал и анализ рассматриваемых проблем. В докладе присутствуют необходимые ссылки на источники и литературу, используются достоверные источники информации. Выступление отвечает критериям лаконичности, информативности, визуальной подачи материала. Студент способен выразить идею ясно, ответить на все возникающие вопросы, удерживать внимание и интерес аудитории.
отлично	Доклад логично структурирован, соответствует изучаемой теме, студент в целом отражает фактический, статистический материал и анализ рассматриваемых проблем. В докладе присутствуют необходимые ссылки на источники и литературу, используются достоверные источники информации. Выступление отвечает критериям лаконичности, информативности. Студент способен выразить идею ясно при ответе на вопросы.
очень хорошо	Доклад логично структурирован, соответствует изучаемой теме, студент в целом отражает фактический и статистический материал, однако аналитические моменты выражены слабо. В докладе присутствуют необходимые ссылки на источники и литературу, используются достоверные источники информации. Выступление информативно, не перегружено общей информацией, удобно для восприятия слушателем. Студент способен выразить идею доклада в публичном выступлении, практически не испытывает трудности, отвечая на вопросы.
хорошо	Доклад соответствует теме, студент в целом отражает основные проблемы в тексте и выступлении. В докладе присутствуют необходимые ссылки на источники и литературу, используются достоверные источники информации. Выступление информативно, но перегружено общей информацией, тяжело для восприятия слушателем. Студент способен выразить идею доклада в публичном выступлении, но испытывает трудности при ответе на вопросы.
удовлетворительно	Доклад в целом соответствует изучаемой теме, но структура не логична, не в полной мере раскрывает тему. Студент не делает соответствующих ссылок либо приводит ссылки, не соответствующие действительности, использует не подходящие теме или недостоверные источники информации. Выступление не в полной мере раскрывает содержание доклада, не является удобной для восприятия. Студент с трудом выражает свою мысль, сталкивается со

Оценка	Критерии оценивания
	сложностями при взаимодействии с аудиторией.
неудовлетворительно	Структура доклада не соответствует заявленной теме, тема не раскрыта.
плохо	Доклад не предоставлен.

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

1. Проанализировать имидж организации по заданным критериям (на конкретном примере)
2. Привести примеры корпоративной философии организации
3. Найти примеры корпоративной социальной ответственности организаций
4. Проанализировать имидж политика / политической партии по заданным критериям

Критерии оценивания (оценочное средство - Задания)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание основного и дополнительного материала.
отлично	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание основного материала.
очень хорошо	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание материала, допущено не более 2 неточностей неприципиального характера.
хорошо	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, допущены неточности неприципиального характера, но обучающийся показывает систему знаний по теме своими ответами на поставленные вопросы.
удовлетворительно	Задание выполнено не в полном объеме (решено более 50% поставленных задач), но обучающийся допускает ошибки, нарушена последовательность ответа, но в целом раскрывает содержание основного материала.
неудовлетворительно	Задание выполнено не в полном объеме (решено менее 50% поставленных задач), обучающийся дает неверную информацию при ответе на поставленные задачи, допускает грубые ошибки при толковании материала, демонстрирует незнание основных терминов и понятий.
плохо	Задание не выполнено, обучающийся демонстрирует полное незнание

Оценка	Критерии оценивания
	материала.

5.1.3 Типовые задания (оценочное средство - Собеседование) для оценки сформированности компетенции ПК-2:

- Какова структура имиджа организации?
- Какие модели корпоративной культуры Вы знаете?
- Что такое миссия и видение в формировании имиджа организации?
- Назовите составляющие фирменного стиля организации?
- Какие существуют технологии исследования имиджа в политике и бизнесе?
- Какова аудитория политического имиджа и имиджа организации?
- Как оценить эффективность имиджа политического деятеля и имиджа руководителя

бизнес-структур?

- Что такое товарный знак, каким федеральным законом регулируется товарный знак?

Критерии оценивания (оценочное средство - Собеседование)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Обучающийся дает обоснованные и четко изложенные ответы на вопросы, допускаются незначительные погрешности в ответе.
не зачтено	Обучающийся не знает учебный материал, не может ответить на вопросы по теме задания, отказывается от ответа.

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

Назовите имя человека, который 60-х годах XX века ввел в деловой оборот понятие «имидж» и обосновал его полезность для делового преуспевания:

1. Никколо Макиавелли
2. В.М. Шепель
3. К.Э. Боулдинг
4. С. Блэк

Основой корпоративной культуры являются:

1. Позиционирование организации
2. Руководство организацией

3. Корпоративная миссия
4. Корпоративные стандарты

Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	100% правильных ответов
отлично	91-99% правильных ответов
очень хорошо	81-90% правильных ответов
хорошо	71-80% правильных ответов
удовлетворительно	51-70% правильных ответов
неудовлетворительно	21-50% правильных ответов
плохо	0-20% правильных ответов

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

Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатора 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	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые	Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи.	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи.	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены

	обучающегося от ответа	ошибки	ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	задачи с отдельным и несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	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 некоторым и недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторым и недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрирован 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 ПК-2

1. Концептуальные основы имиджмейкинга.
2. История становления научных воззрений на феномен имиджа в отечественной и зарубежной науке.
3. Типы и функции имиджа.
4. Имидж организации, структура имиджа организации. 5. Корпоративный имидж. Имидж, репутация, бренд.
5. Товарный знак в структуре имиджа фирмы.
6. Корпоративная культура, корпоративная философия, миссия, видение организации
7. Фирменный стиль как средство построения имиджа.
8. Аудитория имиджа организации, ее виды и подходы к исследованию.
9. Качественные и количественные методы исследования имиджа
10. Лидеры мнений и специфика работы с ними.
11. Управление имиджем фирмы в кризисной ситуации.
12. Понятие Я-концепции
13. Политический имиджмейкинг и мотивы формирования имиджа в политике.
14. Технологии формирования имиджа политического лидера.
15. Избирательные технологии в политическом имиджмейкинге
16. Event-маркетинг в политическом имиджмейкинге.
17. Оценка эффективности имиджа в политике и бизнесе.

Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Обучающийся дает обоснованные и четко изложенные ответы на вопросы, допускаются незначительные погрешности в ответе.
не зачтено	Обучающийся не знает учебный материал, не может ответить на вопросы по теме задания, отказывается от ответа.

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

Основная литература:

1. 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>.
2. Семенова Л. М. Имиджмейкинг : учебник и практикум / Л. М. Семенова. - Москва : Юрайт, 2023. - 141 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-11004-3. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=843033&idb=0>.
3. Селентьева Д. О. Политическая имиджология / Селентьева Д. О. - 2-е изд. ; испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2022. - 164 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/490604> (дата обращения: 05.01.2022). - ISBN 978-5-534-06386-8 : 579.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=786699&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Захарова Е. А. Имидж органов государственной и муниципальной власти / Захарова Е. А. - Воронеж : ВИЭСУ, 2019. - 122 с. - Книга из коллекции ВИЭСУ - Экономика и менеджмент. - ISBN 978-5-42180411-6., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=798633&idb=0>.
2. Винюкова А. К. Персональный имидж : учебное пособие / Винюкова А. К. - Архангельск : САФУ, 2020. - 104 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции САФУ - Экономика и менеджмент. - ISBN 978-5-261-01460-7., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=749257&idb=0>.
3. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд : учебное пособие / Чумиков А.Н. - Москва : Аспект-Пресс, 2016. - 159 с. - ISBN 978-5-7567-0819-6., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=772682&idb=0>.
4. Шарков Феликс Изосимович. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : Учебное пособие / Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации. - 3. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2022. - 322 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-394-04536-3., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=875238&idb=0>.
5. Беляева М. А. Азы имиджологии: имидж личности, организации, территории / Беляева М. А., Самкова В. А. - Екатеринбург : УрГПУ, 2016. - 184 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции УрГПУ - Социально-гуманитарные науки. - ISBN 978-5-7186-0814-4., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=747034&idb=0>.

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

1. Портал специалистов по рекламе, маркетингу, PR [электронный ресурс] // www.sostav.ru
2. Сайт Российской Ассоциации по Связям с Общественностью (РАСО) [электронный ресурс] // www.raso.ru
3. Сайт специалистов в области рекламы и связей с общественностью [электронный ресурс] // www.advertology.ru
4. АКАР (Ассоциация коммуникационных Агентств России) [электронный ресурс] <http://www.akarussia.ru>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

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

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 41.03.04 - Политология.

Автор(ы): Селиверстова Юлия Александровна, кандидат политических наук.

Рецензент(ы): Кузнецова Наталия Алексеевна, кандидат политических наук.

Заведующий кафедрой: Fortunatov Anton Nikolaevich, доктор философских наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 29.11.2023, протокол № 15.