

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

---

(факультет / институт / филиал)

УТВЕРЖДЕНО

решением

Ученого совета ННГУ

протокол от «31» мая 2023

года № 6

**Рабочая программа дисциплины**

Имидж в системе политических коммуникаций

*(наименование дисциплины (модуля))*

Уровень высшего образования /  
бакалавриат

---

(бакалавриат / магистратура / специалитет)

Направление подготовки / специальность  
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью  
PCO в КС, PCO в ГМУ

---

*(указывается код и наименование направления подготовки / специальности)*

Форма обучения

Очная, заочная

---

*(очная / очно-заочная / заочная)*

Нижний Новгород

2023 год

## 1. Место дисциплины в структуре ОПОП

№ варианта	Место дисциплины в учебном плане образовательной программы	Стандартный текст для автоматического заполнения в конструкторе РПД
1	Б1.В. часть, формируемая участниками образовательных отношений	Б 1. В.15. Имидж в системе политических коммуникаций, 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Дисциплина относится к Блок 1. Дисциплины (модули); часть, формируемая участниками образовательных отношений, Б1. В.15. «Имидж в системе политических коммуникаций», 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профили «РСО в КС», «РСО в ГМУ».

## 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	
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1. Применяет основные категории философии к анализу мировоззренческой специфики различных культурных сообществ	<p><b>Знает</b> 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><b>Умеет</b> 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><b>Владеет</b> навыками анализа и синтеза восприятия и использования</p>	<i>Практические задания, вопросы к экзамену</i>

		<p>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><b>УК-5.2.</b> Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношение к историческому наследию и культурным традициям</p>	<p><b>Знает</b> специфику толерантного подхода к восприятию социальных и культурных различий;</p> <p><b>Умеет</b> использовать знания о специфике толерантного подхода к восприятию социальных и культурных различий в профессиональной деятельности;</p> <p><b>Владеет</b> 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><b>ПК-1.</b> Способен организовывать процесс создания коммуникационного продукта и (или) мероприятия</p>	<p><b>ПК-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;</p> <p><b>ПК-1.2.</b> Осуществляет тактическое планирование</p>	<p><b>Знать</b> обязанности линейного менеджера отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;</p> <p><b>Уметь</b> выполнять в рамках реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью; обязанности линейного менеджера отдела по рекламе и (или) связям с общественностью;</p> <p><b>Владеть</b> практическими навыками участия в планировании и организации коммуникационных кампаний и мероприятий; 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>Знать</b> основные теоретические и практические аспекты планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий</p>	<p><i>Практические задания, вопросы к экзамену</i></p>

	<p>мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;</p> <p><i>ПК-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</i></p>	<p><b>Уметь</b> использовать в практической деятельности знания о теоретических и практических аспектах планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий;</p> <p><b>Владеть</b> практическими навыками участия в планировании и организации коммуникационных кампаний и мероприятий;</p> <p><b>Знать</b> основные теоретические и практические аспекты менеджмента организации и коммуникационного менеджмента, в том числе специфику организационно-управленческой работы с малыми коллективами;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- теоретические аспекты формирования внешней и внутренней коммуникации организации;</li> </ul> <p><b>Уметь</b> применять на практике основные теоретические и практические аспекты менеджмента организации и коммуникационного менеджмента, в том числе связанные со спецификой организационно-управленческой работы с малыми коллективами;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать в практической деятельности знания о специфике формирования и функционирования внешней и внутренней коммуникации организации;</li> </ul> <p><b>Владеть</b> практической деятельности, связанной с организационно-управленческой работой с малыми коллективами;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- непосредственного участия в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации</li> </ul>	
<i>ПК-2. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</i>	<i>ПК-2.1. Анализирует коммуникационные аспекты работы организации (проекта);</i>	<p><b>Знать</b> коммуникационные аспекты деятельности организации;</p> <p><b>Уметь</b> выстраивать внешние и внутренние коммуникации в рамках деятельности организации;</p> <p><b>Владеть</b> практическими навыками формирования внешних и внутренних коммуникаций в рамках деятельности организации;</p>	<i>Практические задания, вопросы к экзамену</i>

	<p><i>ПК-2.2.</i> Владеет техниками организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>	<p><b>Знать</b> технологии и техники организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;</p> <p><b>Уметь</b> применять в практической деятельности организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;</p> <p><b>Владеть</b> практическими навыками участия в организации и проведении коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>	
<p><i>ПК-3.</i> Способен учитывать в профессиональной деятельности специфику организационной структуры подразделения по связям с общественностью и рекламы</p>	<p><i>ПК-3.1.</i> Реализует основные принципы и правила работы в рекламном (маркетинговом) отделе, отделе по связям с общественностью (пресс-службе);</p> <p><i>ПК-3.2.</i> Применяет компьютерные технологии при создании рекламного и коммуникационного продукта, осуществляет фото- и видеосъемку для производства рекламного и коммуникационного продукта;</p> <p><i>ПК-3.3.</i> Владеет техническими и программными средствами для создания рекламы,</p>	<p><b>Знать</b> основные принципы и правила работы в рекламном (маркетинговом) отделе, отделе по связям с общественностью (пресс-службе);</p> <p><b>Уметь</b> учитывать в профессиональной деятельности специфику организационной структуры подразделения по связям с общественностью (пресс-службы), рекламного (маркетингового) отдела;</p> <p><b>Владеть</b> навыками выполнения профессиональных обязанностей в рамках организационной структуры подразделения по связям с общественностью (пресс-службы), рекламного (маркетингового) отдела;</p> <p><b>Знать</b> основные принципы и правила работы в рекламном (маркетинговом) отделе, отделе по связям с общественностью (пресс-службе);</p> <p><b>Уметь</b> учитывать в профессиональной деятельности специфику организационной структуры подразделения по связям с общественностью (пресс-службы), рекламного (маркетингового) отдела;</p> <p><b>Владеть</b> навыками выполнения профессиональных обязанностей в рамках организационной структуры подразделения по связям с общественностью (пресс-службы), рекламного (маркетингового) отдела;</p> <p><b>Знать</b> основные компьютерные технологии, применяемые при создании рекламного и коммуникационного продукта, основы фото- и видеосъемки;</p>	<p><i>Практические задания, вопросы к экзамену</i></p>

	навыком разработки средств продвижения рекламного и коммуникационного продукта	<p><b>Уметь</b> применять в процессе создания рекламного и коммуникационного продукта компьютерные технологии, осуществлять фото- и видеосъемку;</p> <p><b>Владеть</b> практическими навыками использования в процессе создания рекламного и коммуникационного продукта компьютерных технологий, основ фото и видеосъемки.</p>	
<i>ПК-5. Владеет навыками создания рекламного и PR-текста с учетом жанрово-стилевой и тематической специфики, а также требований разных типов СМИ</i>	<p><i>ПК-5.1. Создает рекламный и PR-текст, учитывая жанрово-стилевую и тематическую специфику коммуникационного продукта</i></p> <p><i>ПК-5.2. Адаптирует рекламный и PR-текст с учетом требований разных типов СМИ</i></p>	<p><b>Знать</b> специфику создания рекламного и PR-текста, жанрово-стилевые и тематические аспекты создания коммуникационного продукта;</p> <p><b>Уметь</b> применять в практической деятельности теоретические основы создания рекламного и PR-текста;</p> <p><b>Владеть</b> практическими навыками создания рекламного и PR-текста</p> <p><b>Знать</b> технологии адаптации рекламного и PR-текста к требованиям требований разных типов СМИ;</p> <p><b>Уметь</b> применять в практической деятельности технологии адаптации рекламного и PR-текста к требованиям требований разных типов СМИ;</p> <p><b>Владеть</b> практическими навыками адаптации рекламного и PR-текста к требованиям требований разных типов СМИ</p>	<i>Практические задания, вопросы к экзамену</i>
<i>ПК-9. Способен интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций, анализировать эффективность продвижения рекламного и коммуникационного продукта</i>	<i>ПК-9.1. Разрабатывает концепции продвижения продукта, формирует коммуникационные цели и маркетинговые стратегии;</i>	<p><b>Знать</b> теоретические аспекты интегрированных маркетинговых коммуникаций, концепции продвижения коммуникационного продукта;</p> <p><b>Уметь</b> в рамках должностных полномочий разрабатывать самостоятельные концепции продвижения коммуникационного продукта, формирует коммуникационные цели и маркетинговые стратегии;</p> <p><b>Владеть</b> практическими навыками продвижения коммуникационного продукта, формирования коммуникационных целей и</p>	<i>Практические задания, вопросы к экзамену</i>

	<p><i>ПК-9.2.</i> Осуществляет выбор маркетинговых технологий и инструментов для продвижения рекламного и коммуникационного продукта;</p> <p><i>ПК-9.3.</i> Разрабатывает план мероприятий по продвижению рекламного и коммуникационного продукта и формирует проект бюджета на его реализацию.</p> <p><i>ПК-9.4.</i> Владеет навыками изучения предпочтений и установок аудитории и использует эту информацию в профессиональной деятельности</p>	<p>маркетинговых стратегий;</p> <p><b>Знать</b> маркетинговые технологии и инструменты для продвижения рекламного и коммуникационного продукта;</p> <p><b>Уметь</b> в процессе осуществления практической деятельности выбирать маркетинговые технологии и инструменты для продвижения рекламного и коммуникационного продукта;</p> <p><b>Владеть</b> практическими навыками использования маркетинговых технологий и инструментов для продвижения рекламного и коммуникационного продукта;</p> <p><b>Знать</b> теоретические аспекты разработки мероприятий по продвижению рекламного и коммуникационного продукта, формирования проекта бюджета на его реализацию;</p> <p><b>Уметь</b> использовать в практической деятельности методы разработки мероприятий по продвижению рекламного и коммуникационного продукта, формирования проекта бюджета на его реализацию;</p> <p><b>Владеть</b> навыками практического участия в процессе разработки мероприятий по продвижению рекламного и коммуникационного продукта, формирования проекта бюджета на его реализацию;</p> <p><b>Знать</b> методы изучения предпочтений и установок аудитории;</p> <p><b>Уметь</b> использовать в профессиональной деятельности методы изучения предпочтений и установок аудитории;</p> <p><b>Владеть</b> практическими навыками изучения предпочтений и установок аудитории в процессе создания и продвижения коммуникационного продукта</p>	
<i>ПК-12.</i> Способен строить свою профессиональную деятельность на	<i>ПК-12.1.</i> Участвует в продвижении социально значимых ценностей	<b>Знать</b> специфику продвижения социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы;	<i>Практические задания, вопросы к экзамену</i>

основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	средствами связей с общественностью и рекламы	<p>мировой и отечественный опыт продвижения социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы;</p> <p><b>Уметь</b> использовать знания о специфике и мировом и отечественном опыте продвижения социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы;</p> <p><b>Владеть</b> практическими навыками продвижения социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы</p>	
	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><b>Знать</b> принципы открытости и корпоративной социальной ответственности в деятельности в области рекламы и связей с общественностью;</p> <p><b>Уметь</b> при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опираться на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности;</p> <p><b>Владеть</b> практическими навыками использования принципов открытости и корпоративной социальной ответственности в деятельности в области рекламы и связей с общественностью</p>	
ПК-16. Способен участвовать в планировании, разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-16.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	<p><b>Знать</b> особенности и основные методы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <p><b>Уметь</b> использовать особенности и основные методы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <p><b>Владеть</b> практическими навыками реализации основных методов планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	Практические задания, вопросы к экзамену
	ПК-16.2. Готовит в рамках исполнения должностных	<b>Знать</b> основные методы подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование,	



	<p>обязанностей документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</p>	<p>техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <p><b>Уметь</b> применять на практике знания по подготовке проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <p><b>Владеть</b> навыками непосредственной практической деятельности по подготовке и составлению проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	
	<p><i>ПК-16.3.</i> Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта</p>	<p><b>Знать</b> особенности и приемы работы над проектом с области рекламы и связей с общественностью; иметь представление о методах его реализации;</p> <p>- основные приемы и технологии написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;</p> <p><b>Уметь</b> использовать в практической деятельности приемы работы над проектом с области рекламы и связей с общественностью, а также методы его реализации;</p> <p>- использовать в практической деятельности приемы создания аналитических справок, обзоров и прогнозов;</p> <p><b>Владеть</b> навыками практического участия в работе над созданием проектов, а также в процессе их реализации и продвижения</p>	
<p><i>ПК-17.</i> Способен продвигать индивидуальный и (или) коллективный проект в области рекламы и связей с общественностью путем взаимодействия с социальными группами, организациями и</p>	<p><i>ПК-17.1.</i> Применяет на практике технологии продвижения продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов</p>	<p><b>Знать</b> технологии взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;</p> <p><b>Уметь</b> применять на практике технологии продвижения продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;</p>	<p><i>Практические задания, вопросы к экзамену</i></p>

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

### 3. Структура и содержание дисциплины

#### 3.1 Трудоемкость дисциплины

	<b>очная форма обучения</b>
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>3 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	<b>24</b>
- занятия практического типа	<b>12</b>
<b>самостоятельная работа</b>	<b>36</b>
<b>КСРИФ</b>	<b>36</b>
<b>Промежуточная аттестация – экзамен/зачет</b>	<b>экзамен</b>

### 3.2. Содержание дисциплины

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины	Всего (часы)			в том числе												Самостоятельная работа обучающегося, часы		
				Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы														
				из них														
				Занятия лекционного типа			Занятия практического типа			Занятия лабораторного типа			Всего					
Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	
Тема №1. Роль имиджа в сфере публичности	8			4											4			
Тема №2. Феномен имиджа политика	8			2			2								4			
Тема 3. Имидж институтов государственной власти в России	6						2								4			
Тема № 4. Характерные черты имиджа бизнесмена и руководителя	8			4											4			
Тема №5. Корпоративный имидж	6						2								4			

Тема №6. Особенности построения имиджа в различных средствах массовой коммуникации	10			4			2								4		
Тема №7. Предвыборная кампания: имидж партии и кандидата	10			4			2								4		
Тема №8. Имидж в кризисной ситуации	10			4			2								4		
Тема 9. Имидж и обратная связь: особенности, проблематика изучения, влияние на результат	6			2											4		
ИТОГО (включая экзамен 36 ч.)	108			24			12								36		

Текущий контроль успеваемости реализуется в рамках занятий практического типа.

В рамках дисциплины практические занятия (семинарские занятия) организуются, в том числе в форме практической подготовки, которая предусматривает участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью

Промежуточная аттестация проходит в форме экзамена.

#### Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля

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.	Устный опрос
2.	Феномен имиджа политика	Имидж лидера как объект управления. Технологии имиджирования. Составляющие имиджа политика. Вербальный и невербальный имидж в политике. Имидж женщины-политика.	Доклад
3.	Имидж власти в России	Имидж власти: историческая перспектива и современность. Государственные мифы. Имидж территории: особенности составления образа, модели. Геобрендинг. Госслужащий как представитель государства и транслятор его имиджа.	Письменная работа
4.	Характерные черты имиджа бизнесмена и руководителя	Типологии личности как основа для оценки имиджевой предрасположенности. Критерии эффективности индивидуального имиджа. Компоненты имиджа руководителя: личностный, социальный, профессиональный. Свойства имиджа руководителя - адекватность, воздейственность, устойчивость, целостность, презентабельность. Характеристика этапов формирования имиджа: изучение объекта, оценка аудитории, коррекция характеристик объекта, символизация, позиционирование, презентация имиджа.	Устное сообщение
5.	Корпоративный имидж	Социальная природа и функции организационного имиджа. Корпоративная культура - объективная основа единства внутреннего и внешнего имиджа организации. Понятие и структура имиджа организации. Элементы структуры имиджа организации. Компоненты фирменного стиля. Корпоративная этика и деловой этикет.	Творческое задание

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.	Творческое задание
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.	Творческое задание
8.	Имидж в кризисной ситуации	Противоречия и стратегии развития имиджевых технологий в кризисной ситуации. Давление рынка и рейтинга. Ситуационная коррекция имиджа.	Деловая игра
9.	Имидж и обратная связь: особенности, проблематика изучения, влияние на результат	Методики определения эффективности имиджа. Качественные и количественные методы оценки эффективности. Кабинетные и полевые методы.	Творческое задание

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

В процессе изучения дисциплины используются активные и интерактивные формы проведения лекционных занятий (лекции-беседы, разбор конкретных ситуаций, творческие задания), в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет не менее 30 %. Занятия лекционного типа составляют 60% аудиторных занятий.

Образовательные технологии, способствующие формированию компетенций, используемые на занятиях лекционного типа:

- лекции-беседы с использованием мультимедийных средств поддержки образовательного процесса;

- лекции с проблемным изложением учебного материала;

Образовательные технологии, способствующие формированию компетенций, используемые на занятиях практического типа:

- творческие задания, моделирующие реальную ситуацию в игровой форме.

- деловые игры, предполагающие моделирование реальной ситуации, результатом которой становится создание медийного продукта с участием всех студентов группы. Обсуждение результатов реализации проекта на разных этапах, в том числе итоговое.

Формой итогового контроля знаний студентов по дисциплине является экзамен, в ходе которого оценивается уровень теоретических знаний и навыки решения практических задач.

Самостоятельная работа направлена на закрепление теоретических основ курса: анализа места и роли журналистики в политическом процессе на современном этапе, форм и методов отражения политической жизни в СМИ, роли СМИ в организации информационного обмена между участниками политического процесса. Такой подход мотивирует студентов к повышению самообразования и накоплению знаний для дальнейшей успешной профессиональной деятельности.

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.

Особое место отводится самостоятельной проработке студентами отдельных разделов и 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 глубокого усвоения теоретических основ, раскрытия сущности основных категорий системы управления, проблемных аспектов темы и анализа фактического материала.

Студент должен уметь самостоятельно подбирать необходимую для учебной и научной работы литературу. При этом следует обращаться к предметным каталогам и библиографическим справочникам, которые имеются в библиотеках.

При подготовке к практическому занятию необходимо помнить, что данная дисциплина тесно связана с ранее изучаемыми дисциплинами.

На семинарских занятиях студент должен уметь последовательно излагать свои мысли и аргументировано их отстаивать.

Для достижения этой цели необходимо:

- 1) ознакомиться с соответствующей темой программы изучаемой дисциплины;
- 2) осмыслить круг изучаемых вопросов и логику их рассмотрения;
- 3) изучить рекомендованную учебно-методическим комплексом литературу по данной теме;
- 4) тщательно изучить лекционный материал;
- 5) ознакомиться с вопросами очередного семинарского занятия;



6) подготовить краткое выступление по каждому из вынесенных на семинарское занятие вопросу.

При презентации материала на семинарском занятии можно воспользоваться следующим алгоритмом изложения темы: определение и характеристика основных категорий, эволюция предмета исследования, оценка его современного состояния, существующие проблемы, перспективы развития. Весьма презентабельным вариантом выступления следует считать его подготовку в среде Power Point, что существенно повышает степень визуализации, а, следовательно, доступности, понятности материала и заинтересованности аудитории к результатам научной работы студента.

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля.

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

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

Уровень сформирован	Шкала оценивания сформированности компетенций
------------------------	---

ности компетенций (индикатора достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
<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 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 оценки при промежуточной аттестации

Оценка	Уровень подготовки
--------	--------------------

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»
Неудовлетворитель-но	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»

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

### 6.2.1 Контрольные вопросы

вопросы
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.
8.	Геобрендинг: основные составляющие.
9.	Госслужащий как представитель государства и транслятор егоимиджа.
10.	Свойства и компоненты имиджа руководителя.
11.	Понятие корпоративного имиджа.
12.	Имидж руководителя в структуре имиджа учреждения.
13.	Социальная природа и функции организационного имиджа.
14.	Структура публичной презентации.
15.	Формы освещения деятельности политических лидеров.
16.	Приемы использования мифологических коммуникаций при построении имиджа.
17.	Компоненты имиджа политической партии.
18.	Стратегии развития имиджевых технологий в кризисной ситуации.
19.	Определение эффективности имиджа.
20.	Качественные и количественные методы оценки эффективности имиджа.

## 6.2.2. Практические задания и устные опросы для оценки компетенции

### 6.2.3. Критерии и процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине, характеризующих этапы формирования компетенций

Для оценивания результатов обучения в виде знаний используются следующие процедуры и технологии:

- Деловые игры,
- Устный опрос,
- Доклады.

Для оценивания результатов обучения в виде умений и владений используются следующие процедуры и технологии:

- Выполнение контрольных заданий по заданным темам, предполагающие самостоятельную работу с научной литературой, умение применять принципы дисциплины в исследуемом материале,
- Творческие задания,
- Практические задания с реализацией проекта.

6.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения, характеризующих этапы формирования компетенций и (или) для итогового контроля сформированности компетенции.

Типовое задание к разделу 2 «Феномен имиджа политика».

Доклад на тему «Особенности имиджа женщины-политика» (персоналии — на выбор студента).

Типовое задание по разделу 3 «Имидж власти в России».

Письменная работа — рассуждение на тему «Особенности имиджа чиновника в современной России»

Типовое задание по разделу 7 «Предвыборная кампания: имидж партии и кандидата»

Творческое задание — составить план предвыборной кампании кандидата в Президенты РФ (коллективная работа)

***Критерии и процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине.***

***Описание шкал оценивания***

**Критерии оценки за эссе:**

1. Полнота раскрытия темы и проблематики.
2. Широта эрудиции, знания в области закономерности развития журналистиковедческой науки и теории массовой коммуникации.
3. Логичность и связность изложения, грамотность.
4. Непротиворечивость, последовательность суждений и обоснованность выводов.

**Описание шкалы оценивания эссе:**

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

1	<p>не выделена ключевая проблема;</p> <p>не осмыслены сложившиеся подходы,</p> <p>приведены соответствующие теме и проблеме примеры из обыденного;</p> <p>отсутствуют основные структурные элементы работы; не выделены варианты решений проблемы;</p> <p>выводы носят характер эмоциональной оценки</p>
2	<p>даны все определения, но в каждом случае смысл передан не совсем точно</p> <p>выделена ключевая проблема;</p> <p>не полно изложены сложившиеся подходы,</p> <p>не полно раскрыта история и теории, связанные с данной проблемой;</p> <p>приведены соответствующие теме и проблеме примеры из обыденного опыта; выделены основные структурные элементы работы; не выделены варианты решений, аспекты проблемы;</p>
	<p>выводы автора сформулированы в явном виде, но выводы носят характер эмоциональной оценки</p>
3	<p>выделена ключевая проблема;</p> <p>критически осмыслены сложившиеся подходы, в целом раскрыта история и теории, связанные с данной проблемой;</p> <p>приведены соответствующие теме и проблеме примеры из исследований; выделены основные структурные элементы работы;</p> <p>выделены варианты решений, аспекты проблемы;</p> <p>выводы автора сформулированы в явном виде, в выводах суммируются ранее высказанные оценки, выводы носят характер оценки с позиции здравого смысла</p>
4	<p>выделена ключевая проблема;</p> <p>критически осмыслены сложившиеся подходы,</p> <p>используются классификации, выделяются аспекты понятий;</p> <p>полностью раскрыта история и теории, связанные с данной проблемой;</p> <p>приведены соответствующие теме и проблеме примеры из исследований; выделены основные структурные элементы работы;</p> <p>выделены варианты решений, аспекты проблемы;</p> <p>выводы автора сформулированы в явном виде в выводах суммируются ранее высказанные оценки, выводы носят характер оценки с теоретических позиций, выводы содержат оригинальные суждения автора, автор осознанно отмечает новизну, оригинальность своих выводов.</p>

5	<p>выделена ключевая проблема;</p> <p>критически осмыслены сложившиеся подходы, используются классификации, выделяются аспекты понятий;</p> <p>полностью раскрыта история и теории, связанные с данной проблемой;</p> <p>приведены соответствующие теме и проблеме примеры из исследований; выделены основные структурные элементы работы;</p> <p>выделены варианты решений, аспекты проблемы;</p> <p>выводы автора сформулированы в явном виде в выводах суммируются ранее высказанные оценки, выводы носят характер оценки с теоретических позиций, выводы содержат оригинальные суждения автора, автор осознанно отмечает новизну, оригинальность своих выводов;</p> <p>наличие творческого подхода к изложению материала, в т.ч.: попытки привлечь неожиданные примеры, метафоры, авторские аргументы и формулировки проблемы, выходящие за рамки базовых определений</p>
---	---

#### **Задание 4. Реферат. Темы реферата (на выбор):**

1. Формирование представлений об имидже в культуре второй половины XX в.
2. Проблема соотношения имиджмейкинга и PR в разработке и поддержании имиджа: теоретический и прикладной аспекты.
3. Анализ имиджа конкретного исторического лица (власть, политика, искусство)
4. Генезис деятельности по формированию имиджа. Анализ имиджа социально-исторического типа (фараон, свободный гражданин, монах, рыцарь, буржуа и т.п.).
5. Профессиональные требования к имиджу (для конкретной профессии, см. примеры: бизнес-тренер, социальный работник).
6. Имидж делового человека. Проблемы формирования и поддержания персонального имиджа в бизнес-среде.
7. Проблема соотношения имиджевых и этикетных требований в бизнес-сфере.
8. Роль корпоративной культуры в формировании имиджа фирмы.
9. Визуальное, вербальное, событийное, контекстное измерения имиджа.

Написание реферата, при подготовке которых необходимо руководствоваться следующими требованиями:

- объем работы 20-25 страниц формата А4 (шрифт Times New Roman 14, интервал 1,5)

- во введении определяется актуальность выбранной темы, ставятся цель и задачи исследования
- в реферате проводится последовательный, логичный и глубокий анализ выбранной темы, подкрепленный цитатами из научной и художественной литературы
- в заключении должны быть представлены выводы исследования, позволяющие судить об успешном решении поставленных во введении задач.

### Критерии оценки реферата

Оценка, баллы	Уровень подготовленности, характеризуемый оценкой
1	содержание не соответствует теме реферата, материал плохо систематизирован и структурирован, основные понятия проблемы не раскрыты; в постановке проблемы нет самостоятельности; в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы не продемонстрировано умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы; неправильно оформлены ссылки на используемую литературу; продемонстрировано низкая грамотность и культура изложения, культура оформления
2	содержание не соответствует теме реферата, материал систематизирован и структурирован с недочетами, основные понятия проблемы раскрыты не полностью; в постановке проблемы отсутствует самостоятельность; присутствие основных «классических» литературных источников по проблеме; правильно оформлены ссылки на используемую литературу; продемонстрирована культура оформления
3	содержание соответствует теме реферата, материал систематизирован и структурирован, основные понятия проблемы раскрыты полностью; в постановке проблемы присутствует самостоятельность; в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы продемонстрировано умение обобщать, присутствие основных «классических» литературных источников
	по проблеме; привлечены новейшие работы по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.); правильно оформлены ссылки на используемую литературу; продемонстрирована грамотность и культура изложения, культура оформления
4	содержание соответствует теме реферата, материал систематизирован и структурирован, основные понятия проблемы раскрыты полностью и глубоко; в постановке проблемы присутствует новизна и самостоятельность; в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы продемонстрировано умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы; присутствие основных «классических» литературных источников по проблеме; привлечены новейшие работы по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.); правильно



	оформлены ссылки на используемую литературу; продемонстрирована грамотность и культура изложения, культура оформления
5	содержание соответствует теме реферата, материал систематизирован и структурирован, основные понятия проблемы раскрыты полностью и глубоко; в постановке проблемы присутствует новизна и самостоятельность; в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы продемонстрировано умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы; присутствие основных «классических» литературных источников по проблеме; правильно оформлены ссылки на используемую литературу; продемонстрирована грамотность и культура изложения, культура оформления

Баллы 1 и 2 соответствуют оценке «не зачтено», баллы 3, 4, 5 – оценке «зачтено»

## 7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### а) основная литература:

1. Гавра Д.П. Феномен имиджа: сущность и основные характеристики // Капитал страны, 2009. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://pr.tsu.ru/articles/105> (свободный).
2. Селентьева, Д. О. Политическая имиджелогия : учебное пособие для вузов / Д. О. Селентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 164 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06386-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490604>
3. Семенова, Л. М. Имиджмейкинг : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 141 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11004-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495294>
4. Семенова, Л. М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 141 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11529-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495332>
5. Шувалова, Н. Н. Этика и этикет государственной и муниципальной службы : учебник и практикум для вузов / Н. Н. Шувалова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 334 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06059-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489516>

### б) дополнительная литература:

1. Акопов Г. Л. Интернет и политика. Модернизация политической системы на основе инновационных политических интернет-коммуникаций. М., 2014.
2. Блохин И. Н. Журналистика в этнокультурном взаимодействии. — СПб., 2013
3. Засурский И. И. Реконструкция России. Масс-медиа и политика в 90-е годы. — Издательство МГУ, 2001. — 288 с.
4. Огнева В.В. Имидж государственного гражданского служащего региона как предмет социально-политического анализа / В.В.Огнева, Ю.В.Дорохова // Известия ТулГУ; Гуманитарные науки.-2014. - No 1. - С. 152 – 163 - Режим доступа: // e.lanbook
5. Панарин И. Н. Информационная война, PR и мировая политика. Курс лекций. — М., 2014. Политическая коммуникативистика: теория, методология и практика: монография / под ред.Л. Н. Тимофеевой. М., 2012

## 7.2. Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

1. <http://imageology.ru> портал «Имиджелогия.ру»
2. <http://mediaprofi.org/> информационно-аналитический журнал медиа отрасли России и ближнего зарубежья
3. <http://www.mediascope.ru/> электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В.Ломоносова
4. <http://www.er.ru/> официальный сайт партии «Единая Россия»
5. <http://government.ru/> сайт Правительства РФ
6. <http://kprf.ru/> официальный сайт Коммунистической партии Российской Федерации
7. <http://ldpr.ru/> официальный сайт Либерально-демократической партии России.
8. <http://www.kremlin.ru/> официальный сайт Президента РФ
9. <http://spravedlivo.ru> официальный сайт партии «Справедливая Россия»

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

Программный комплекс Программный комплекс Windows 7 Pro, OpenOffice 4.1.0, Office 2003.  
Накладная №2660-1 от 28.08.14г.

1. <http://mediaprofi.org/> информационно-аналитический журнал медиа отрасли России и ближнего зарубежья
2. <http://www.broadcasting.ru/main.php> специализированное отраслевое издание о телевидении и радиовещании
3. <http://www.mediascope.ru/> электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В.Ломоносова
4. <http://www.tns-global.ru/> международная исследовательская группа
5. <http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2016.html> официальный сайт Роспечати
6. <http://mediahubble.ru/> Онлайн-платформа для работников медиаиндустрии

### Перечень ресурсов сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины:

№	Наименование	Ссылка на ресурс	Доступность
---	--------------	------------------	-------------

Информационно-справочные системы			
11	Центр справки и обучения по MSOffice	<a href="https://support.microsoft.com/ru-ru/office">https://support.microsoft.com/ru-ru/office</a>	В открытом доступе
22	КонсультантПлюс система онлайн обучения	<a href="http://www.consultant.ru/edu/center/training/economy/?quiz_no">http://www.consultant.ru/edu/center/training/economy/?quiz_no</a>	Свободный доступ

33	Справочная правовая система Гарант	<a href="http://ivo.garant.ru/#/startpage:0">http://ivo.garant.ru/#/startpage:0</a>	бесплатная версия
<b>Электронно-библиотечные системы</b>			
1	Научная электронная библиотека	<a href="http://elibrary.ru/defaultx.asp">http://elibrary.ru/defaultx.asp</a>	Открытый доступ
2	ЭБС «Лань»	<a href="https://e.lanbook.com">https://e.lanbook.com</a>	По подписке
	<a href="#">ЭБС «Юрайт»</a>	<a href="https://urait.ru">https://urait.ru</a>	По подписке
<b>Профессиональные базы данных</b>			
	Сайт об электронной документообороте [электронный ресурс]	URL: <a href="http://dokumentooborot.com">http://dokumentooborot.com</a>	Свободный доступ
	Онлайн-сервис «Готов к цифре» (набор образовательных курсов и тестов по формированию цифровых компетенций)	<a href="https://готовкцифре.рф/">https://готовкцифре.рф/</a>	Свободный доступ
	Официальный сайт компании «Microsoft»	<a href="http://www.microsoft.com">www.microsoft.com</a>	Открытый доступ

## 8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения: персональными компьютерами, подключенными к сети Интернет, преподавательским ПК с подключенным к нему проектором, экраном для проектора и доской для записей, программным обеспечением всех ПК (ОС Windows, пакеты MSOffice, различные браузеры для работы во всемирной паутине).

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

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) («Консультант студента», «Лань», «Znanium», «Юрайт») и к электронной информационнообразовательной среде организации ([portal.unn.ru](http://portal.unn.ru)), в системе электронного обучения ННГУ <https://e-learning.unn.ru/>. Данные электронно-библиотечные системы (электронные библиотеки) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории организации (в фундаментальной библиотеке ННГУ), так и вне ее.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО ННГУ с учетом рекомендаций и ОПОП ВО по направлению 42.03.01 - «Реклама и связи с общественностью».

Автор: к. полит. наук, доцент Коданина А.Л.