

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 Ученого совета ННГУ  
протокол № 6 от 31.05.2023 г.

**Рабочая программа дисциплины**

Имиджмейкинг в политике и бизнесе

---

Уровень высшего образования  
Бакалавриат

---

Направление подготовки / специальность  
42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

---

Направленность образовательной программы  
Реклама и связи с общественностью в политике и коммерции

---

Форма обучения  
очная, заочная

---

г. Нижний Новгород

2023 год начала подготовки

## 1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.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-1: Способен организовывать процесс создания коммуникационного продукта и (или) мероприятия	<p>ПК-1.1: 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>ПК-1.2: Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p> <p>ПК-1.3: Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>	<p>ПК-1.1:</p> <p>Знать функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с рамками текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью; Уметь выполнять на практике функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;</p> <p>Владеть навыками выполнения функционала 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>Доклад</p> <p>Собеседование</p> <p>Тест</p>	<p>Курсовая работа</p> <p>Экзамен:</p> <p>Контрольные вопросы</p>

		<p><b>ПК-1.2:</b> Знать основные аспекты тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; Уметь осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; Владеть навыками тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p> <p><b>ПК-1.3:</b> Знать теоретические аспекты и особенности организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры; Уметь применять на практике знания по организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры; Владеть навыком организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.</p>		
<p><b>ПК-2:</b> Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>	<p><b>ПК-2.1:</b> Анализирует коммуникационные аспекты работы организации (проекта) <b>ПК-2.2:</b> Владеет техниками организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.</p>	<p><b>ПК-2.1:</b> Знать коммуникационные аспекты работы организации (проекта); Уметь анализировать коммуникационные аспекты работы организации (проекта); Владеть навыками анализа коммуникационных аспектов работы организации (проекта).</p>	<p>Доклад Собеседование Тест</p>	<p>Курсовая работа Экзамен: Контрольные вопросы</p>



Тема 1. Имиджелогия как сфера профессиональной деятельности. История развития имиджелогии. Истоки имиджелогии. Различные подходы к пониманию имиджа. Взаимосвязь имиджелогии с другими смежными сферами. Определение понятия имиджелогии, образа, облика. Соотношение понятий «имидж», «репутация», «мнение». Свойства имиджа. Ценностные и технологические функции имиджа. Типы имиджей, различные подходы к классификации имиджей. Компоненты имиджа личности. Основные условия формирования имиджа. Имидж как одаренность. «Я-концепция». Этические проблемы деятельности имиджмейкера по формированию имиджа клиента.	13	19	5	2			5	2	8	17
Тема 2. Инструментарий имиджелогии. Позиционирование. Манипулирование. Мифологизация. Эмоционализация. Формат. Вербализация. Детализация. Акцентирование информации. Архаизация. Замена целей. Подача противоречивых сигналов. Дистанцирование. Визуализация. Внедрение моделей восприятия.	14	19	6	2			6	2	8	17
Тема 3. Аудитория имиджа. Управление имиджем. Имидж в структуре мира. Аудитория имиджа: психология толпы. Технологии исследования имиджа в политике и бизнесе. Технологии управления имиджем в политике и бизнесе. Имиджевые стратегии. Четырехтактная модель имиджевой компании.	13	17	5				5	0	8	17
Тема 4. Корпоративный имидж организации. Корпоративная культура. Корпоративный имидж как средство воздействия на общественное мнение. Структура корпоративного имиджа: внешняя и внутренняя составляющая. Корпоративная культура: компоненты и механизмы формирования. Фирменный (корпоративный) стиль и его элементы, предназначенные для визуальной дифференциации компании на рынке. Корпоративная философия и фирменная история в создании имиджа компании: компоненты и механизмы формирования. Управление корпоративным имиджем организации.	15	20	6	3			6	3	9	17
Тема 5. Политическая имиджеология. Технологии построения имиджа политического лидера. Политическая имиджеология: понятие, классификация политического имиджа. Технология формирования имиджа политического лидера. Группы черт политика, входящие в структуру имиджа. Этапы конструирования и функционирования политического имиджа. Имидж мужчины-политика, женщины-политика. Имиджи политических партий. Имидж в избирательных кампаниях. Практика зарубежных политических партий в построении политического имиджа. Основные факторы формирования политического имиджа России.	14	22	6	3			6	3	8	19
Аттестация	36	9								
КСР	3	2					3	2		
Итого	108	108	28	10	0	0	31	12	41	87

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

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-1**

1. Характеристика основных критериев эффективного имиджа в политической сфере.
2. Характеристика основных критериев эффективного имиджа в бизнесе.
3. Firmenный стиль как средство формирования имиджа.
4. Международный политический имидж России.
5. Внутренний политический имидж России.
6. Специфика профессиональной деятельности имидж-консультанта.
7. Имидж современных политических партий в России.
8. Возможности рекламы по формированию политического имиджа.
9. Возможности рекламы по формированию имиджа фирмы.

### **5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Доклад) для оценки сформированности компетенции ПК-2**

1. История становления научных воззрений на феномен имиджа в отечественной и зарубежной науке XX столетия.
2. Современное состояние и проблемы развития науки об имидже в России (XXI век).
3. Символическая природа имиджа. Использование символов в целенаправленном создании имиджа.
4. Специфика коммуникационной кампании для политического деятеля (разобрать на конкретном примере).
5. Специфика коммуникационной кампании для организации (разобрать на конкретном примере).
6. Специфика коммуникационной кампании для организации (разобрать на конкретном примере).
7. Особенности PR-коммуникаций в условиях кризиса (разобрать на конкретном примере).
8. Специфика мероприятий по формированию имиджа НКО.
9. Специфика мероприятий по формированию имиджа спортивной команды.
10. Специфика мероприятий по формированию имиджа культурно-досугового центра.

### **Критерии оценивания (оценочное средство - Доклад)**

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Доклад соответствует выбранной теме, студент ссылается на авторитетных авторов, использует достоверные источники информации, аргументированно отстаивает свою точку зрения. Презентация отвечает критериям аналитичности, лаконичности, информативности. Студент способен выразить идею ясно, сделать необходимые выводы и прогнозы.
отлично	Доклад соответствует выбранной теме, студент ссылается на авторитетных авторов, использует достоверные источники информации. Студент высказывает свою точку зрения по всему спектру затрагиваемых проблем. Презентация отвечает критериям аналитичности, лаконичности, информативности. Студент способен выразить идею ясно, сделать

Оценка	Критерии оценивания
	необходимые выводы.
очень хорошо	Доклад соответствует изучаемой теме, студент корректно излагает идеи современных авторов. Однако авторская позиция просматривается. Работа не перегружена информацией общего характера. Студент способен выразить частные суждения, поднимается до обобщений. Выводы дают целостное представление о проделанной работе.
хорошо	Доклад соответствует изучаемой теме, студент корректно излагает идеи современных авторов. Однако авторская позиция просматривается с трудом. Работа перегружена информацией общего характера. Студент способен выразить частные суждения, но не поднимается до обобщений. Выводы фрагментарн
удовлетворительно	Доклад соответствует изучаемой теме, но не в полной мере раскрывает ее, студент не ссылается на авторитетных авторов, использует недостоверные источники информации. Студент с трудом выражает свою мысль, выводы не вытекают из сказанного.
неудовлетворительно	Доклад не соответствует изучаемой теме, не в полной мере раскрывает ее, студент не ссылается на авторитетных авторов, использует недостоверные источники информации. Студент с трудом выражает свою мысль, выводы не вытекают из сказанного.
плохо	Доклад не соответствует изучаемой теме или не раскрывает ее содержания, доклад не подготовлен (отказ т ответа).

### **5.1.3 Типовые задания (оценочное средство - Собеседование) для оценки сформированности компетенции ПК-1**

1. Проблема имиджа в современной науке.
2. Сущность и виды имиджа.
3. Функции имиджа и его структура.
4. Типы имиджей, различные подходы к классификации имиджей. 5. Соотношение понятий «имидж», «репутация», «мнение».

### **5.1.4 Типовые задания (оценочное средство - Собеседование) для оценки сформированности компетенции ПК-2**

1. Понятие, классификация политического имиджа. Технология формирования имиджа политического лидера.
2. Этапы конструирования и функционирования политического имиджа.
3. Имидж в избирательных кампаниях.

### **Критерии оценивания (оценочное средство - Собеседование)**

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Ответ изложен литературным языком в терминах науки. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.
не зачтено	Дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

### 5.1.5 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-1

Содержание понятия имиджа организации включает две составляющие: а) познавательную и оценочностную

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

### 5.1.6 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-2

Корпоративная миссия это:

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

### Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	66-100% правильных ответов
не зачтено	56% и меньше 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 обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продемонстрированы 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	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми 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

	<b>отлично</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	<b>очень хорошо</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	<b>хорошо</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	<b>удовлетворительно</b>	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»
<b>не зачтено</b>	<b>неудовлетворительно</b>	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
	<b>плохо</b>	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

### 5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации

#### 5.3.1 Типовые задания, выносимые на промежуточную аттестацию:

##### Оценочное средство - Контрольные вопросы

##### Экзамен

##### Критерии оценивания (Контрольные вопросы - Экзамен)

Оценка	Критерии оценивания
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»

Оценка	Критерии оценивания
неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

**Типовые задания (Контрольные вопросы - Экзамен) для оценки сформированности компетенции ПК-1 (Способен организовывать процесс создания коммуникационного продукта и (или) мероприятия)**

1. Истоки имиджологии. Различные подходы к пониманию имиджа. Взаимосвязь имиджологии с другими смежными сферами.
2. Определение понятия имиджологии, образа, облика. Соотношение понятий «имидж», «репутация», «мнение».
3. Свойства имиджа. Ценностные и технологические функции имиджа. Типы имиджей, различные подходы к классификации имиджей.
4. Корпоративный имидж, структура корпоративного имиджа: внешняя и внутренняя составляющая.
5. Корпоративная культура: компоненты и механизмы формирования. Фирменный (корпоративный) стиль и его элементы, предназначенные для визуальной дифференциации компании на рынке.
6. Корпоративная философия и фирменная история в создании имиджа компании: компоненты и механизмы формирования.
7. Управление корпоративным имиджем организации.
8. Имиджи политических партий. Имидж в избирательных кампаниях. Основные факторы формирования политического имиджа России.
9. Практика зарубежных политических партий в построении политического имиджа.

**Типовые задания (Контрольные вопросы - Экзамен) для оценки сформированности компетенции ПК-2 (Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий)**

1. Компоненты имиджа личности. Основные условия формирования имиджа. Имидж как одаренность. «Я-концепция». Этические проблемы деятельности имиджмейкера по формированию имиджа клиента.
2. Инструментарий имиджологии: позиционирование, манипулирование, мифологизация, эмоционализация, формат, вербализация, детализация.
3. Инструментарий имиджологии: акцентирование информации, архаизация, замена целей, подача противоречивых сигналов, дистанцирование, визуализация, внедрение моделей восприятия.
4. Аудитория имиджа: психология толпы. Технологии исследования имиджа в политике и бизнесе. Технологии управления имиджем в политике и бизнесе.
5. Имиджевые стратегии. Четырехтактная модель имиджевой кампании
6. Политическая имиджология: понятие, классификация политического имиджа. Технология формирования имиджа политического лидера.
7. Группы черт политика, входящие в структуру имиджа. Этапы конструирования и функционирования политического имиджа. Имидж мужчины-политика, женщины-политика.

**Оценочное средство - Курсовая работа**

## Критерии оценивания (Курсовая работа - Экзамен)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Содержание курсовой работы соответствует заявленной в названии тематике; курсовая работа оформлена в соответствии с общими требованиями написания и техническими требованиями оформления курсовой работы; курсовая работа имеет чёткую композицию и структуру; в тексте отсутствуют логические нарушения в представлении материала; корректно оформлены и в полном объёме представлены список использованной литературы и ссылки на использованную литературу в тексте; курсовая работа представляет собой самостоятельное исследование, представлен качественный анализ найденного материала, отсутствуют факты плагиата.
отлично	Содержание курсовой работы соответствует заявленной в названии тематике; курсовая работа оформлена в соответствии с общими требованиями написания и техническими требованиями оформления курсовой работы; курсовая работа имеет чёткую композицию и структуру; в тексте отсутствуют логические нарушения в представлении материала; корректно оформлены и в полном объёме представлены список использованной литературы и ссылки на использованную литературу в тексте; курсовая работа представляет собой самостоятельное исследование, представлен качественный анализ найденного материала, отсутствуют факты плагиата.
очень хорошо	Содержание курсовой работы соответствует заявленной в названии тематике; курсовая работа оформлена в соответствии с общими требованиями написания курсовых работ, но есть погрешности в техническом оформлении; курсовая работа имеет чёткую композицию и структуру; в тексте отсутствуют логические нарушения в представлении материала; в полном объёме представлены список использованной литературы, но есть ошибки в оформлении; курсовая работа представляет собой самостоятельное исследование, представлен качественный анализ найденного материала, отсутствуют факты плагиата.
хорошо	Содержание курсовой работы соответствует заявленной в названии тематике; курсовая работа оформлена в соответствии с общими требованиями написания курсовых работ, но есть погрешности в техническом оформлении; курсовая работа имеет чёткую композицию и структуру; в тексте отсутствуют логические нарушения в представлении материала; в полном объёме представлены список использованной литературы, но есть ошибки в оформлении; курсовая работа представляет собой самостоятельное исследование, представлен качественный анализ найденного материала, отсутствуют факты плагиата.
удовлетворительно	Содержание курсовой работы соответствует заявленной в названии тематике; в целом курсовая работа оформлена в соответствии с общими требованиями написания курсовых работ, но есть погрешности в техническом оформлении; в целом курсовая работа имеет чёткую композицию и структуру, но в тексте есть логические нарушения в представлении материала; в полном объёме представлен список использованной литературы, но есть ошибки в

Оценка	Критерии оценивания
	оформлении; некорректно оформлены или не в полном объеме представлены ссылки на использованную литературу в тексте курсовой работы; в целом курсовая работа представляет собой самостоятельное исследование, представлен анализ найденного материала, отсутствуют факты плагиата.
неудовлетворительно	Содержание курсовой работы не в полной мере соответствует заявленной в названии тематике; в целом курсовая работа оформлена в соответствии с общими требованиями написания курсовых работ, но есть серьезные погрешности в техническом оформлении; курсовая работа не в полной мере имеет чёткую композицию и структуру, в тексте есть логические нарушения в представлении материала; не в полном объеме представлен список использованной литературы, есть ошибки в оформлении; некорректно оформлены или отсутствуют ссылки на использованную литературу в тексте курсовой работы; присутствуют факты плагиата.
плохо	Курсовая работа не представлена

Примерный перечень тем оценочного средства – Курсовая работа:

1. Имидж делового человека. Проблемы формирования и поддержания персонального имиджа в бизнес-среде.
2. Проблема соотношения имиджевых и этикетных требований в бизнес-сфере.
3. Роль корпоративной культуры в формировании имиджа фирмы.
4. Имидж как объект моделирования. Алгоритмы формирования имиджа.
5. Визуальное, вербальное, событийное, контекстное измерения имиджа.

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

Основная литература:

1. Имидж фирмы: технологии управления / Шарков Ф.И. - Москва : Академический Проект, 2020., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=662104&idb=0>.
2. Горохов В.М. Связи с общественностью: Теория, практика, коммуникативные стратегии : учебное пособие / Горохов В.М.; Гринберг Т.Э. - Москва : Аспект-Пресс, 2018. - 224 с. - ISBN 978-5-7567-0896-7., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=772629&idb=0>.
3. Чумиков А. Н. Связи с общественностью. Практикум / Чумиков А. Н. - Москва : Юрайт, 2022. - 173 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/493974> (дата обращения: 05.01.2022). - ISBN 978-5-534-06706-4 : 609.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=788233&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Шарков Феликс Изосимович. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование : Учебник / Московский государственный институт международных

отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации; Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2018. - 486 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-394-01185-6., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=632750&idb=0>.

2. Троненкова О. М. Политическое лидерство. Теории элит : учебное пособие для бакалавров всех направлений университета / Троненкова О. М. - Москва : РУТ (МИИТ), 2019. - 65 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции РУТ (МИИТ) - Социально-гуманитарные науки., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=756904&idb=0>.

3. Имидж политика: проблемы формирования, продвижения и исследования : коллективная монография. - Мурманск : МАГУ, 2016. - 183 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции МАГУ - Социально-гуманитарные науки. - ISBN 978-5-4222-0308-6., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=726306&idb=0>.

4. Занимательная физиогномика / Чистяков Н.М. - Москва : Прометей, 2021., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=790954&idb=0>.

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

Портал специалистов по рекламе, маркетингу, PR [электронный ресурс] //

[www.sostav.ru](http://www.sostav.ru)

Сайт Российской Ассоциации по Связям с Обществом (РАСО) [электронный ресурс] //

[www.raso.ru](http://www.raso.ru)

Сайт специалистов в области рекламы и связей с общественностью [электронный ресурс] //

[www.advertology.ru](http://www.advertology.ru)

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 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью.

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

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

Заведующий кафедрой: Фортунатов Антон Николаевич, доктор философских наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 10.05.2023, протокол № 11.