

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Луганский государственный университет
имени Владимира Даля»

Кафедра государственного управления

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
государственного управления
Макарова Е.И.
« 11 » 04 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА»

направление подготовки

41.04.04 Политология

Магистерская программа

«Политические институты и процессы»

Квалификация

Магистр

Форма обучения

Очная

Луганск 2023

Лист согласования РПУД

Рабочая программа учебной дисциплины «Технологии формирования политического имиджа» по направлению подготовки 41.04.04 Политология – 48 с.

Рабочая программа учебной дисциплины «Технологии формирования политического имиджа» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 41.04.04 «Политология», (утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 13 июля 2017 г. N 654 (с изменениями и дополнениями). Редакция с изменениями N 1456 от 26.11.2020.

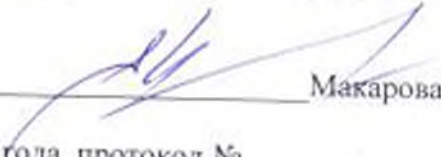
СОСТАВИТЕЛЬ

Доцент, к.полит.н. Пробейголова Н.В.

Рабочая программа учебной дисциплины утверждена на заседании кафедры государственного управления «11» 04 2023 г., протокол № 16.

Заведующий кафедрой

Государственного управления

 Макарова Е.И.

Переутверждена: « » 2023 года, протокол № .

Согласована (для обеспечивающей кафедры):

Переутверждена: « » 2023 года, протокол № .

Рекомендована на заседании учебно-методической комиссии кафедры государственного управления «06» 04 2023 года, протокол № 2.

Председатель учебно – методической комиссии

кафедры государственного управления

 Волошинова Н.А.

© Пробейголова Н.В. 2023 год

© ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. ДАЛЯ», 2023 год

Структура и содержание дисциплины

1. Цель и задачи изучения дисциплины

Цель дисциплины – формирование представлений о феноменах и процессах коммуникативной сферы общества, методах организации политического дискурса, сущности и особенностях политических имиджей, их структуре, компонентах и социокультурных основаниях восприятия, технологиях формирования и особенностях политических имиджей различных политических субъектов. Освоение теоретических и методологических подходов к изучению политического имиджа, приобретение профессиональных навыков его формирования.

Задачи:

- освоение категориального аппарата проблематики политической имиджелогии;
- формирование представлений о сущности, структуре, функциях, социокультурных основаниях восприятия политических имиджей;
- получение знаний о коммуникативных технологиях формирования, поддержания и защиты политических имиджей, об имиджевых коммуникативных стратегиях;
- систематизация знаний об особенностях имиджей различных политических субъектов – лидеров, партий и общественно-политических движений, органов государственной власти и местного самоуправления, территорий и государства в целом;
- формирование навыков анализа особенностей и проблем в имиджевой коммуникации различных политических субъектов в современной России.
- способность самостоятельно осуществлять научно-исследовательскую деятельность в соответствующей профессиональной области с использованием современных методов исследования и информационно-коммуникационных технологий;
- владеть методологическими основами, понятийно-категориальным и терминологическим аппаратом науки в сфере политической культуры, идеологии, политической социализации и политической коммуникации, уметь применять его в ходе самостоятельных научных исследований.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВО. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Дисциплина «Технологии формирования политического имиджа» относится к вариативному циклу профессиональных дисциплин. «Технологии формирования политического имиджа» – это комплексная практическая дисциплина, целью которой является создание

методологического и методического оснащения с целью подготовки студентов по направлению подготовки 41.04.04 Политология, профиль подготовки «Политические институты и процессы».

Для ее успешного усвоения, студенту необходимо предварительное обучение по курсам «Политическая психология», «Политический менеджмент», «Организация избирательных кампаний», «PR и политическая коммуникативистика».

Технология создания политического имиджа включает философские, культурологические, психологические, социологические, антропологические подходы, помогающие специалисту определять принципы, слагаемые, внутренние и внешние ценности имиджа; разрабатывать индивидуальную и групповую имидж-карту, осваивать технологии построения позитивного имиджа политика, телеведущего, семьи, организации, города и др.

Входными требованиями к изучению дисциплины являются стремление к постоянному личностному развитию и повышению профессионального мастерства; с помощью коллег критически оценивать свои достоинства и недостатки, делать необходимые выводы; участие в работе над инновационными проектами, используя базовые методы исследовательской деятельности.

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов
ОПК-1. Способен выстраивать профессиональную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) по профилю деятельности в мультикультурной среде на основе применения различных коммуникативных технологий с учетом специфики деловой и духовной культуры России и зарубежных	ОПК-1.1. Выстраивать коммуникацию с партнерами, исходя из целей и ситуации общения, определяя и реагируя соответствующим образом на культурные, языковые и иные особенности, влияющие на профессиональное общение и диалог.	Знать: основные категории политической имиджологии, роль и функции имиджей в политико-коммуникативном процессе. Уметь: уметь использовать научные категории и методы политической имиджологии для анализа, диагностики и коррекции имиджей различных политических субъектов. Владеть: навыками научного анализа, оценки имиджей различных политических субъектов.
	ОПК-1.2. Использовать коммуникативные и медиативные технологии с учетом специфики деловой и духовной культуры России, зарубежных стран и регионов.	Знать: знать методологию исследования и диагностики политических имиджей. Уметь: уметь использовать научные категории и методы политической имиджологии для анализа, диагностики и коррекции имиджей различных политических субъектов.

стран.		Владеть: навыками научного анализа, оценки имиджей различных политических субъектов.
	ОПК-1.3. Уверенно и системно формулировать собственную позицию по ключевым вопросам профессиональной деятельности с использованием научной терминологии, как в письменной, так и в устной форме.	Знать: знать структуру, технологии, приемы формирования имиджей различных политических субъектов Уметь: уметь использовать научные категории и методы политической имиджологии для анализа, диагностики и коррекции имиджей различных политических субъектов. Владеть: навыками научного анализа, оценки имиджей различных политических субъектов.

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов (зач. ед.)
	Очная форма
Общая учебная нагрузка (всего)	144 (4 зач. ед)
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего) в том числе:	
Лекции	30
Семинарские занятия	20
Практические занятия	-
Лабораторные работы	-
Курсовая работа (курсовой проект)	-
Другие формы и методы организации образовательного процесса (<i>расчетно-графические работы, индивидуальные задания и т.п.</i>)	-
Самостоятельная работа студента (всего)	94
Форма аттестации	экзамен

4.2. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Сущность, структура и функции имиджа. Понятие и типы имиджмейкинга

Понятие имиджа: как сложившейся в массовом сознании и имеющий характер стереотипа эмоционально окрашенный образ и как целенаправленно формируемый (средствами массовой информации, литературой и др.) образ. Характеристики имиджа (Э.А. Галумов). Структура и функции имиджа.

Имиджмейкинг как сфера деятельности, направленная на создание нужного образа. Содержание профессиональной деятельности имиджмейкера как специалиста в сфере прикладной имиджологии. Базовые принципы

работы с клиентом. Имиджмейкинг и политический консалтинг. Классификация национальных моделей политического консалтинга.

Роль средств массовой информации в создании эффективного имиджа. Профессиональная этика имиджмейкера и проблемы, связанные с ее нарушением.

Типология личности как основа для оценки имиджевой предрасположенности. Позиционирование, возвышение имиджа, снижение имиджа (антиреклама), отстройка от конкурентов, контрреклама.

Тема 2. Понятие политического имиджа и его составляющие

Понятие, структура, особенности политического имиджа. Имидж политика, политических партий, государств. Компоненты политического имиджа лидера. Внешние: «черепно-лицевые» признаки, одежда и аксессуары, мимика и жесты. Внутренние: морально-этические, деловые, профессиональные и коммуникативные качества. Основные компоненты, работающие на создание единого положительного образа кандидата: программа, заявления, поведение, внешность, биография. Ядро политического имиджа: легенда, позиции, установки. Содержание корпоративного политического имиджа (политической организации, движения). Десятикомпонентная модель В.Г. Зазыкина, С.Е. Захаровой. Компоненты политического имиджа государства по Э. Галумову. Условно-статичные – геополитические факторы, природно-ресурсный потенциал, национальное и культурное наследие, исторические компоненты и т.д. Условно-динамичные – социологические, экономические, институциональные компоненты и др.

Понятие модели политического имиджа. Виды моделей. Простая трехлучевая модель. Четырехлучевая модель. Трехлучевая модель имиджа типа «личность - деятельность - отношения». Многофакторная модель.

Тема 3. Общая характеристика имидж-технологий. Методика работы имиджмейкера с клиентом

Анализ существующих подходов, отработанных российскими имиджеологами – практиками Академии имиджелогии и Лиги профессиональных имиджмейкеров.

Рассматривается трехфакторная модель Е.А. Петровой, маркетинговый подход Г.Г. Почепцова, технология имиджирования посредством телесно-ориентированной арттерапии и личностноцентрированной психокоррекционной работы с учетом психологических закономерностей взаимосвязи духовной сущности и внешнего облика человека, предложенная В.Н. Футиным, коммуникативные технологии А.Ю. Панасюка, и имидж-технологии построения образа человека через создание зрелищной основы

представленные в работах В.М. Шепеля и В.Г. Горчакой. А также рассматривается имидж-технология, основанная на игровой модели. Она включает три последовательных блока: аналитический, деятельностный и оценочный, каждый из которых, в свою очередь, предполагает самостоятельные этапы, направленные на решение конкретных задач, которые можно варьировать в зависимости от целевой направленности, публичности подаваемого образа и временной продолжительности разработки имиджа:

Первый блок, 1 этап: изучение интересов и предпочтений целевой аудитории и анализ запроса клиента, определение цели создания имиджа и формирование «базы данных» клиента; 2 этап: определение личностного потенциала клиента; 3 этап: определение базового архетипического образа; 4 этап: использование символического языка.

Второй блок, 1 этап: определение ролевого репертуара формируемого имиджа клиента; 2 этап: овладение требуемым образом методами театрального искусства; 3 этап: внедрение внешних характеристик имиджа, востребованного целевой аудиторией.

Третий блок, 1 этап: апробация созданного ролевого репертуара в жизненных событиях; 2 этап: анализ результатов работы над ролью, корректировка созданного образа.

Тема 4. Политический лидер как объект формирования имиджа

Я-концепция политического лидера. Политическое поведение лидера. Основные потребности лидера: потребность во власти, достижении, контроле над людьми и ситуацией, аффилиации. Мотивы поведения лидера. Стиль межличностных отношений лидера. Стиль принятия политических решений.

Тема 5. Имидж политической партии и ее лидера

Основные требования к имиджу политической партии. Структура имиджа политической партии: программно-идеологическая (концептуальная); деятельностная (интерактивная); личностная (лидерская); внешняя (атрибутивная) составляющие. Десятикомпонентная модель описания имиджа политической партии (В.Г. Зазыкин, С.Е. Захарова). Анализ имиджа политической партии.

Структура имиджа личности политика. Модель Е.В. Егоровой: персональные, социальные и символические характеристики. Модель Г.Г. Ханова и Д.В. Чижова: программно-идеологическая (концептуальная) составляющая; деятельностная (интерактивная) составляющая; личностная (лидерская) составляющая; внешняя (атрибутивная) составляющая. Составляющие имиджа политика по Г. Почепцову: прошлое, семья, спорт, хобби, домашние животные, слабости. Типология имиджевых характеристик:

биологические, социальные, коммуникативные, мифологические, контекстные, профессиональные. Функции имиджа политика.

Тема 6. Технология конструирования имиджа политика

Факторы формирования имиджа политика. Взаимодействие политика и масс: особенности коммуникации. Имиджевые ресурсы. Этапы формирования имиджа: формулировка целей, анализ аудитории, прорисовка имиджевых характеристик, соотнесение наличных и желаемых характеристик, выбор средств самопрезентации, вхождение в образ.

Тема 7. Корпоративная репутация в системе имиджирования

Определение имиджа и репутации в отечественной и зарубежной науке. Возрастание внимания теоретиков и практиков к корпоративной репутации. «Аналоговая школа» о корпоративном имидже и корпоративной репутации. Взгляды «дифференцирующей школы» по вопросам корпоративного имиджа и корпоративной репутации.

Факторы корпоративной репутации. Измерение корпоративной репутации.

Тема 8. Основные технологии формирования внешнего и внутреннего имиджа органов государственной власти

Обоснование необходимости формирования имиджа органов государственной власти, постановка цели. Идеальный, желаемый и реальный имидж. Функции внешнего имиджирования. Идентификация, акцентуация и продвижение в технологии формирования внешнего имиджа. Проектирование корпоративного имиджа. Определение целевых аудиторий.

Разработка компонентов внешнего имиджа органов государственной власти. Фирменное наименование и аббревиатура, торговая марка, логотип и фирменная шрифтовая надпись, девиз и слоган, лозунг, знамя, флаг, вымпел, фирменный цвет, внешний вид персонала, дизайн интерьера и экстерьера, фирменные бланки, брошюры, рекламные проспекты, упаковочный материал и т.д.

Создание сообщений. Способы передачи сообщений. Взаимодействие с органами массовой информации. Имиджевые рекламные кампании. Имиджевая общественная деятельность.

Целенаправленное управление внутренней коммуникацией в целях имиджирования.

Обучение и консультирование, непосредственно направленные на поддержание имиджа организации в глазах персонала.

Программы стимулирования труда и формирование позитивного имиджа организации. Программы стимулирования. Денежные и неденежные формы поощрения.

Кадровая политика как способ формирования внутреннего имиджа органов гос. власти. Подбор персонала. Система профессиональной адаптации, продвижения и ротации. Повышение уровня профессиональных знаний. Тренинги знаний и навыков.

Поддержание благоприятного социально-психологического климата. Организация неформального общения сотрудников. Формы отдыха, обеспечивающие сплочение коллектива.

Тема 9. Особенности формирования имиджа глав муниципальных образований

Социальная сущность и характеристика имиджа органов местного самоуправления. Структура и функции имиджа органов местного самоуправления. Особенности имиджа органов глав муниципальных образований. Взаимодействие субъектов в процессе формирования имиджа органов местного самоуправления. Функции и принципы социального управления имиджем органов местного самоуправления.

Тема 10. Технологии и приемы имиджевых коммуникаций в системе «государственная власть - общество»

Основные подходы (развивающий и манипулятивный) к процессу формирования имиджа власти. Цели и технологии внешних коммуникаций ПР-отдела органа власти. ПР-приемы для усиления информационного воздействия в имиджевых коммуникациях. Государственный праздник как социально-коммуникативная технология власти. Пропаганда как технология влияния на массовое сознание и ее разновидности.

Тема 11. Имидж органа власти как средство воздействия на массовое сознание и управленческий ресурс

Имидж: понятие, основные компоненты, типы, признаки. Имидж и образ. Имиджевые характеристики. Основные требования к имиджу организации и персональному имиджу. Образ власти как социально-политический конструкт. Противоречивость процесса формирования имиджа органа власти и управления. Имидж и репутация власти: разница понятий и сущностные черты.

Тема 12. Технологии и приемы имиджевых коммуникаций в системе «государственная власть - общество»

Основные подходы (развивающий и манипулятивный) к процессу формирования имиджа власти. Цели и технологии внешних коммуникаций ПР-отдела органа власти. ПР-приемы для усиления информационного воздействия в имиджевых коммуникациях. Государственный праздник как социально-коммуникативная технология власти. Пропаганда как технология влияния на массовое сознание и ее разновидности.

Тема 13. Управление имиджевыми процессами информирования населения органом власти

Медиаарелейшнз пресс-службы органа власти: цели, функции, способы реализации. Специальные события как технология информирования населения органом власти: задачи и разновидности. Государственно-гражданские интернет-коммуникации в процессе формирования имиджа органа власти и граждан. Имиджеобразование и краудсорсинг в государственном и муниципальном управлении. «Открытое Правительство» как форма диалогической коммуникации власти и граждан.

Тема 14. Имидж политического лидера: приемы и специфика формирования

Теоретическая модель имиджа политического лидера. Составляющие имиджа политического лидера. Основные приемы формирования имиджа политического лидера. Психологическое содержание, общие требования и условия формирования политического имиджа. Формирование эффективного политического имиджа

Тема 15. Гендерные аспекты формирования имиджа политического лидера

Сущность понятия «политическое лидерство женщины» и «женщины-политики». Основные, детерминированные социальной средой составляющие имиджа женщины-политика. Применение технологий формирования имиджа в контексте «политик – женщина». Факторы формирования и адекватное им технологическое обеспечение имиджа женщин-политиков.

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов
1.	Сущность, структура и функции имиджа. Понятие и типы имиджмейкинга	2
2.	Понятие политического имиджа и его составляющие	3
3.	Общая характеристика имидж-технологий. Методика работы имиджмейкера с клиентом	3
4.	Политический лидер как объект формирования имиджа	2
5.	Имидж политической партии и ее лидера	2
6.	Технология конструирования имиджа политика	2
7.	Корпоративная репутация в системе имиджирования	2
8.	Основные технологии формирования внешнего и внутреннего имиджа органов государственной власти	3
9.	Особенности формирования имиджа глав муниципальных	2

	образований	
10.	Технологии и приемы имиджевых коммуникаций в системе «государственная власть - общество»	2
11	Особенности формирования имиджа глав муниципальных образований	2
12	Технологии и приемы имиджевых коммуникаций в системе «государственная власть - общество»	2
13	Имидж органа власти как средство воздействия на массовое сознание и управленческий ресурс	2
14	Технологии и приемы имиджевых коммуникаций в системе «государственная власть - общество»	2
15-16	Управление имиджевыми процессами информирования населения органом власти	2
30		30

4.4. Практические (семинарские) занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов
		Очная форма
1.	Понятие имиджа. Понятие политического имиджа и его составляющие	2
2.	Предметный имидж. Корпоративный имидж	2
3.	Понятие и типы имиджмейкинга.	2
4.	Особенности индивидуального имиджа. Искусство вхождения в образ	2
5.	Имидж, ориентированный на восприятие. Особенности восприятия политического имиджа	2
6.	Имидж, ориентированный на самоощущение	2
7.	Имидж политического лидера: приемы и специфика	2
8.	Групповой имидж.	2
9.	Имидж политической партии.	2
10.	Имидж территориального образования.	2
Итого:		20

4.5. Лабораторные работы не предусмотрены учебным планом

4.6. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Очная форма	Заоч ная
1.	Понятие имиджа	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников, написание и оформление научных докладов (рефератов) в соответствии с заданиями	5	-
2.	Предметный имидж. Корпоративный имидж	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, написание и оформление научных докладов (рефератов) в соответствии с заданиями	5	-
3.	Понятие и типы имиджмейкинга.	Подготовка к практическим (семинарским) занятиям, самостоятельный поиск источников информации, написание и оформление научных докладов (или рефератов) в соответствии с заданиями	5	-
4.	Символическая природа имиджа: применимость семиотического подхода.	Подготовка к практическим занятиям и к промежуточному контролю знаний и умений. Самостоятельный поиск источников.	5	-
5.	Я-концепция как совокупность установок и имидж	Подготовка рукописи реферата, в соответствии с требованиями. Работа с лекционным материалом, подготовка к практическому занятию и к промежуточной аттестации	5	-
6.	Имидж в системе индивидуального поведения и социального влияния	Проработка конспекта лекций, работа на полях конспекта с терминами, дополнение конспекта материалами из рекомендованной литературы	5	-
7.	Категоризация и восприятие имиджа	Подготовка к практическим (семинарским) занятиям. Выполнение индивидуальных заданий по теме исследования	5	-
8.	Особенности индивидуального имиджа.	Подготовка к практическим (семинарским) занятиям, самостоятельный поиск источников информации, написание и оформление научных докладов (или рефератов) в соответствии с заданиями	5	-
9.	Искусство вхождения в образ	Подготовка к практическим (семинарским) занятиям. Выполнение индивидуальных заданий по теме исследования	5	-
10.	Имидж, ориентированный на восприятие	Подготовка к практическим (семинарским) занятиям, самостоятельный поиск источников информации, написание и оформление научных докладов (или рефератов) в соответствии с заданиями	6	-
11	Имидж, ориентированный на самоощущение	Подготовка к практическим (семинарским) занятиям. Выполнение индивидуальных заданий по теме исследования	6	-
12	Понятие политического	Проработка конспекта лекций, работа на полях	6	-

	имиджа и его составляющие	конспекта с терминами, дополнение конспекта материалами из рекомендованной литературы		
13	Особенности восприятия политического имиджа	Подготовка к практическим (семинарским) занятиям, самостоятельный поиск источников информации, написание и оформление научных докладов (или рефератов) в соответствии с заданиями	5	
14	Имидж политического лидера: приемы и специфика	Подготовка к практическим (семинарским) занятиям, самостоятельный поиск источников информации, написание и оформление научных докладов (или рефератов) в соответствии с заданиями	6	
15	Групповой имидж.	Проработка конспекта лекций, работа на полях конспекта с терминами, дополнение конспекта материалами из рекомендованной литературы	5	
16	Имидж политической партии	Проработка конспекта лекций, работа на полях конспекта с терминами, дополнение конспекта материалами из рекомендованной литературы	5	
17	Имидж территориального образования.	Проработка конспекта лекций, работа на полях конспекта с терминами, дополнение конспекта материалами из рекомендованной литературы	5	
18	Политический имидж.	Проработка конспекта лекций, работа на полях конспекта с терминами, дополнение конспекта материалами из рекомендованной литературы	5	
	Итого:		94	-

4.7. Курсовые работы/проекты учебным планом не предусмотрены.

5. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины ведётся с применением следующих видов образовательных технологий:

традиционные объяснительно-иллюстративные технологии, которые обеспечивают доступность учебного материала для большинства студентов, системность, обработанность организационных форм и привычных методов, относительно малые затраты времени;

технологии проблемного обучения, направленные на развитие познавательной активности, творческой самостоятельности студентов и предполагающие последовательное и целенаправленное выдвижение перед студентом познавательных задач, разрешение которых позволяет студентам активно усваивать знания (используются поисковые методы; постановка познавательных задач);

технологии развивающего обучения, позволяющие ориентировать учебный процесс на потенциальные возможности студентов, их реализацию и развитие;

технологии дифференцированного обучения, обеспечивающие возможность создания оптимальных условий для развития интересов и

способностей студентов, в том числе и студентов с особыми образовательными потребностями, что позволяет реализовать в культурно-образовательном пространстве университета идею создания равных возможностей для получения образования

технологии активного (контекстного) обучения, с помощью которых осуществляется моделирование предметного, проблемного и социального содержания будущей профессиональной деятельности студентов (используются активные и интерактивные методы обучения) и т.д.

Максимальная эффективность педагогического процесса достигается путём конструирования оптимального комплекса педагогических технологий и (или) их элементов на личностно-ориентированной, деятельностной, диалогической основе и использования необходимых современных средств обучения.

6. Формы контроля освоения дисциплины

Текущая аттестация студентов производится в дискретные временные интервалы лектором и преподавателем(ями), ведущими практические занятия по дисциплине в следующих формах:

- вопросы для обсуждения (в виде докладов и сообщений);
- контрольные работы;
- творческие задания;
- рефераты;
- тесты.

Промежуточная аттестации по результатам освоения дисциплины проходит в форме устного/письменного зачета с оценкой (включает в себя ответы на теоретические вопросы и ответы на тестовые задания). Студенты, выполнившие 75% текущих и контрольных мероприятий на «отлично», а остальные 25 % на «хорошо», имеют право на получение итоговой оценки.

В экзаменационную ведомость и зачетную книжку выставляются оценки по шкале, приведенной в таблице.

Шкала оценивания (экзамен)	Характеристика знания предмета и ответов	Зачеты
отлично (5)	Студент глубоко и в полном объёме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при выполнении практических задач.	зачтено
хорошо (4)	Студент знает программный материал, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях или	

	незначительное количество ошибок. При этом владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических задач.	
удовлетворительно (3)	Студент знает только основной программный материал, допускает неточности, недостаточно чёткие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. При этом недостаточно владеет умениями и навыками при выполнении практических задач. Допускает до 30% ошибок в излагаемых ответах.	
неудовлетворительно (2)	Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы.	не зачтено

7. Учебно-методическое и программно-информационное обеспечение дисциплины:

а) основная литература:

1. Вылегжанин Д.А., Введение в политическую имиджологию / Д.А. Вылегжанин - М. : ФЛИНТА, 2019. - 136 с. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента": [сайт]. - URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785893499964.html> (дата обращения: 10.11.2019). - Режим доступа : по подписке.
2. Василенко И.А., Имидж регионов России: инновационные технологии и стратегии ребрендинга / под ред. профессора И.А. Василенко - М. : Международные отношения, 2022. - 288 с.
3. Галумов Э.А. Основы PR. М.: Летопись XXI, 2014. 320 с.
4. Забурдаева Е.В., Политическая кампания. Стратегии и технологии : Учебник / Забурдаева Е.В. - М. : Аспект Пресс, 2020. - 343 с.
5. Панкрухин А.П. Маркетинг территорий: учебное пособие. М.: РАГС, 2002. 368 с.
6. Чумиков А.Н. Связи с общественностью: учебное пособие. М.: Дело, 2000. 288 с.

б) дополнительная литература:

1. Ахмадеев К.Н. Особенности формирования имиджа руководителей в условиях цифровизации // Экономика и управление: научно-практический журнал. 2024. № 6(180). С. 95–102.
2. Каминченко Д.И. Комплексный анализ содержания имиджа регионального политического лидера // Вестник Пермского университета. Политология. 2022. Т. 16, № 2. С. 5–28.
3. Логинова А.К. Имиджология: учебное пособие. 3-е изд., стер. СПб.: Лань, 2024. 72 с.
4. Маслов И.В. Стратегии формирования положительного имиджа органов исполнительной власти в регионе. - Современные исследования социальных проблем. - № 4. - Том 8.- 2011.
5. Панасюк А.Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники / А.Ю. Панасюк. М.: Издательство «Омега-Л», 2007.
6. Политическая имиджология / под ред. А. А. Деркача, Е. Б. Перелыгиной. — М.: Аспект Пресс, 2011 — 400 с.
7. Почепцов Г.Г. Политическая имиджология. - М., 2006.
8. Пушкарёва Г.В. Политический менеджмент. - М.: Дело, 2008 - 400с.
9. Соловьев В.А. Политология: Политическая теория. Политические технологии : учебник для студентов высших учебных заведений / А. И. Соловьев. — Издание 2-е, переработанное и дополненное. — Москва : Аспект Пресс, 2010 .— 575 с.

в) методические рекомендации:

1. Глебова И.С., Леонтьева Л.С., Волкова Н.В. Учебно-методическое

пособие «Формирование имиджа органов власти» - ФГАОУ ВПО «Казанский (приволжский) федеральный университет» - Казань- 2014. – 88 с.

2. Политическая имиджелогия: учебно-методическое пособие / Под редакцией доктора политических наук, профессора кафедры политологии НИ ТГУ Н.Г. Щербининой. Томск, 2016. 37 с.

г) интернет-ресурсы:

1. Министерство образования и науки Российской Федерации – <http://минобрнауки.рф/>
2. Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки – <http://obrnadzor.gov.ru/>
3. Министерство образования и науки Луганской Народной Республики – <https://minobr.su>
4. Народный совет Луганской Народной Республики – <https://nslnr.su>
5. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования – <http://fgosvo.ru>
6. Федеральный портал «Российское образование» – <http://www.edu.ru/>
7. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» – <http://window.edu.ru/>
8. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов – <http://fcior.edu.ru/>
9. Электронные библиотечные системы и ресурсы
10. Электронно-библиотечная система «Консультант студента» – <http://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>
11. Электронно-библиотечная система «StudMed.ru» – <https://www.studmed.ru>
12. Информационный ресурс библиотеки образовательной организации: Научная библиотека имени А. Н. Коняева – <http://biblio.dahluniver.ru/>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Освоение дисциплины «Технологии формирования политического имиджа» предполагает использование академических аудиторий, соответствующих действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Лекционные занятия: комплект электронных презентаций слайдов; аудитория, оснащённая презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Семинарские занятия: компьютерный класс, презентационная техника.

Прочее: рабочее место преподавателя, оснащённое компьютером с доступом в Интернет.

Бесплатное программное обеспечение

Функциональное назначение	Программное обеспечение	Ссылки
Офисный пакет	Libre Office 24.8	https://www.libreoffice.org/ https://ru.wikipedia.org/wiki/LibreOffice
Операционная система	UBUNTU 24.04	https://ubuntu.com/
Антивирус	Avast	http://www.avast.com/ru-ru/index
Браузер	FirefoxMozilla	http://www.mozilla.org/ru/firefox/fx
Браузер	Opera	http://www.opera.com
Почтовый клиент	MozillaThunderbird	http://www.mozilla.org/ru/thunderbird
Файл-менеджер	FarManager	http://www.farmanager.com/download.php
Архиватор	7Zip	http://www.7-zip.org/
Графический редактор	GIMP (GNU Image Manipulation Program)	http://www.gimp.org/ http://gimp.ru/viewpage.php?page_id=8 http://ru.wikipedia.org/wiki/GIMP
Распознавание текста	CuneiForm	http://cognitiveforms.ru/products/cuneiform/
Редактор PDF	PDFCreator	http://www.pdfforge.org/pdfcreator
Видеоплеер	MediaPlayerClassic	http://mpc.darkhost.ru/
Аудиоплеер	VLC	http://www.videolan.org/vlc/

9. Оценочные средства по дисциплине

Паспорт оценочных средств по учебной дисциплине «Технологии формирования политического имиджа»

Перечень компетенций (элементов компетенций), формируемых в результате освоения учебной дисциплины (модуля) или практики.

№ п/ п	Код компете нции	Формулировка контролируемо й компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по дисциплине)	Темы учебной дисциплины,	Этапы формир ования (семестр изучени я)
1	ОПК-1	Способен выстраивать профессиональ ную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации и иностранным(ых) языке(ах) по профилю деятельности в мультикультурн ой среде на основе применения различных коммуникативны х технологий с учетом специфики деловой и духовной культуры России и зарубежных стран	ОПК-1.1. Выстраивать коммуникацию с партнерами, исходя из целей и ситуации общения, определяя и реагируя соответствующим образом на культурные, языковые и иные особенности, влияющие на профессиональное общение и диалог;	Тема 3. Понятие политического имиджа и его составляющие. Тема 11-12. Особенности формирования имиджа глав муниципальных образований. Тема 7. Имидж политической партии и ее лидера.	6
			ОПК-1.2. Использовать коммуникативные и медиативные технологии с учетом специфики деловой и духовной культуры России, зарубежных стран и регионов.	Тема 2. Понятие и типы имиджмейкинга. Тема 4. Особенности восприятия политического имиджа. Тема 8. Технология конструирования имиджа политика. Тема 14. Имидж органа власти как средство воздействия на массовое сознание и управленческий ресурс.	6
			ОПК-1.3. Уверенно и системно формулировать собственную позицию по ключевым вопросам профессиональной деятельности с использованием научной терминологии, как в письменной, так и в устной форме	Тема 5. Общая характеристика имидж-технологий. Методика работы имиджмейкера с клиентом Тема 1. Сущность, структура и функции имиджа Тема 9. Корпоративная репутация в системе имиджирования. Тема 15-16. Технологии и приемы имиджевых коммуникаций в системе «государственная власть - общество.	6

**Показатели и критерии оценивания компетенций,
описание шкал оценивания**

№ п	Код компете нции	Индикаторы достижений компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Контролируемые темы учебной дисциплины	Наимен. оцен. ср- ва
1	ОПК-1. Способен выстраивать профессиональную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) по профилю деятельности в мультимедийной среде на основе применения различных коммуникативных технологий с учетом специфики деловой и духовной культуры России и зарубежных стран	ОПК-1.1. Выстраивать коммуникацию с партнерами, исходя из целей и ситуации общения, определяя и реагируя соответствующим образом на культурные, языковые и иные особенностей, влияющие на профессиональное общение и диалог;	Знать: основные категории политической имиджологии, роль и функции имиджей в политико-коммуникативном процессе. Уметь: уметь использовать научные категории и методы политической имиджологии для анализа, диагностики и коррекции имиджей различных политических субъектов. Владеть: навыками научного анализа, оценки имиджей различных политических субъектов.	Тема 3. Понятие политического имиджа и его составляющие. Тема 11-12. Особенности формирования имиджа глав муниципальных образований. Тема 7. Имидж политической партии и ее лидера.	Доклад, сообщение, презентация, тестовые задания, практическое (прикладное задание)
		ОПК-1.2. Использовать коммуникативные и медиативные технологии с учетом специфики деловой и духовной культуры России, зарубежных стран и регионов.	Знать: знать методологию исследования и диагностики политических имиджей. Уметь: уметь использовать научные категории и методы политической имиджологии для анализа, диагностики и коррекции имиджей различных политических субъектов. Владеть: навыками научного анализа, оценки имиджей различных политических субъектов.	Тема 2. Понятие и типы имиджмейкинга. Тема 4. Особенности восприятия политического имиджа. Тема 8. Технология конструирования имиджа политика. Тема 14. Имидж органа власти как средство воздействия на массовое сознание и управленческий ресурс.	
		ОПК-1.3. Уверенно и системно формулировать собственную позицию по ключевым вопросам профессиональной деятельности с использованием научной терминологии, как в письменной, так и в устной форме	Знать: знать структуру, технологии, приемы формирования имиджей различных политических субъектов Уметь: уметь использовать научные категории и методы политической имиджологии для анализа, диагностики и коррекции имиджей различных политических субъектов. Владеть: навыками научного анализа, оценки имиджей различных политических субъектов.	Тема 5. Общая характеристика имидж-технологий. Методика работы имиджмейкера с клиентом Тема 1. Сущность, структура и функции имиджа Тема 9. Корпоративная репутация в системе имиджирования. Тема 15. Технологии и приемы имиджевых коммуникаций в системе «государственная власть - общество.	

Фонды оценочных средств по дисциплине «Технологии формирования политического имиджа»

Вопросы для обсуждения (в виде докладов и сообщений):

1. Что такое имидж с точки зрения социальной психологии?
2. Охарактеризуйте смежные понятия: «образ», «репутация», «авторитет».
3. Равнозначны ли понятия «имиджеология» и «психология имиджа»? Что такое имиджеология и чем она отличается от психологии имиджа?
4. Почему имидж характеризуется как символический образ?
5. Почему имидж характеризуется как образ *создаваемый*, а не *возникающий* в результате субъект-субъектного взаимодействия?
6. Определения имиджмейкинга.
7. Соотношение имиджмейкинга и консалтинга.
8. Классификации видов имиджмейкинга.
9. Что понимается под знаком в семиотике? Какие три разновидности знаков различает семиотика?
10. Чем отличаются знаки-символы от знаков-индексов и знаков-образов?
11. Как связаны этапы фило- и онтогенетического развития человека с использованием различных видов знаков?
12. Что такое знаковая структура? Приведите примеры знаковых структур.
13. Что такое символическая структура? Почему в составе символической структуры все знаки несут символическую нагрузку?
14. В чем отличие формальной (семиотической) трактовки символа от содержательной (социальноимиджеологической) его трактовки?
15. В чем различие между подходом к Я-концепции У. Джемса и Дж. Мида? Почему обе они оказываются недостаточными для объяснения феномена имиджа? Имиджеологии. Что такое установки (аттитюды)? Из каких трех компонентов состоит структура установки?
16. Что представляет собой Я-образ в структуре Я-концепции, представленной как совокупность установок? Чем отличается такая трактовка Я-образа от его последовательно интеракционистской трактовки?
17. Почему в свете задач исследования имиджа нецелесообразно представлять три компонента Я-концепции (*идеальное Я*, *реальное Я*, *зеркальное Я*) в виде модальностей? В чем преимущества представления их в виде символических структур?
18. Почему мы утверждаем, что Я-концепция в определенных своих частях воспроизводит содержание *идеального Я* и *зеркального Я*?
19. Что такое *образ себя для других*?
20. Что такое самопрезентация? Верно, ли будет назвать самопрезентацию деятельностью, направленной на создание имиджа?
21. Всегда ли создание имиджа подчинено цели повышения самооценки? Почему?
22. Что такое периферический ключевой стимул? В каком случае имидж может служить периферическим ключевым стимулом? Как это используется в социальном влиянии?
23. Что такое категоризация? Как она используется в социальном познании?
24. Каковы особенности категоризации при восприятии имиджа?
25. Основные элементы и составные части имиджа.
26. Внешность как источник информации о человеке.
27. Вербальные аспекты формирования имиджа.
28. Мимическая партитура образа.
29. Понятие, структура, особенности политического имиджа
30. Генезис понятия «политический имидж»: динамика представлений.
31. Понимание «политического имиджа» сегодня.
32. Отличия «политического имиджа» от схожих категорий: образ, бренд, репутация,

авторитет.

33. Типология политического имиджа
34. Факторы, влияющие на восприятие имиджа (субъективные, объективные).
35. Роль стереотипов в восприятии имиджа.
36. Психологические аспекты восприятия имиджа.
37. Особенности социальных групп.
38. Проблема узнаваемости.
39. Способы удержания внимания.
40. Отождествление как основа имиджа.
41. Использование и корректировка внешних данных в целях формирования успешного политического имиджа (голова «властелина» или «агрессора», техника взгляда и др.).
42. Как говорить, чтобы вам верили? Секреты предвыборной риторики.
43. Слухи, легенды и скандалы в технологиях построения политического имиджа.
44. Использование позиционирования в формировании имиджа лидера.
45. Основные требования к имиджу политической партии.
46. Структура имиджа политической партии.
47. Построение эффективной имиджевой стратегии политической партии
48. Модель имиджа Е.В. Егоровой.
49. Модель Г.Г. Ханова и Д.В. Чиждова.
50. Имидж, бренд и репутация территории.
51. Имидж города. Факторы, влияющие на его имидж.
52. Имидж региона: понятие, составляющие.
53. Этапы формирования имиджа региона.
54. Брендинговый подход к формированию политического имиджа государства.
55. Геополитический подход.
56. Имиджевый подход. Внешний и внутренний имидж.
57. Факторы складывания имиджа.
58. Что такое внутренний и внешний имидж организации, чем они различаются? Что является объективной основой единства внешнего и внутреннего имиджа организации?
59. Основные требования к имиджу органов государственной власти.
60. Образ власти как социально-политический конструкт.
61. Противоречивость процесса формирования имиджа органа власти и управления.
62. Основные подходы (развивающий и манипулятивный) к технологическому процессу формирования имиджа власти.
63. Цели и технологии внешних коммуникаций ПР-отдела органа власти
64. ПР-приемы для усиления информационного воздействия в имиджевых коммуникациях
65. Государственный праздник как социально-коммуникативная технология власти
66. Пропаганда как технология влияния на массовое сознание и ее разновидности
67. Социальная сущность и характеристика имиджа органов местного самоуправления.
68. Структура и функции имиджа органов местного самоуправления.
69. Особенности имиджа глав муниципальных образований.
70. Взаимодействие субъектов в процессе формирования имиджа органов местного самоуправления.
71. Функции и принципы социального управления имиджем органов местного самоуправления.
72. Стратегии и технологии формирования имиджа политических лидеров через социальные сети.
73. Каналы трансляции образов глав городов и их целевая аудитория.
74. Социальные сети - пространство для диалога между властью и народом.
75. Потенциал социальных сетей с точки зрения коммуникативных технологий в коррекции имиджа главы города.

76. Социально-правовые механизмы реализации прав граждан на получение информации о деятельности федеральной, региональной и местной властей.
77. Использование технологии политического шантажа в политической борьбе как девальвация духовных ценностей личности политического деятеля.
78. Понятие и назначение базовой модели «антиимиджа».
79. Основные приемы защиты имиджа и деловой репутации при диффамации.
80. Приведите примеры работы имиджмейкеров по основным антиимиджевым блокам
81. Медиарелейшнз пресс-службы органа власти: цели, функции, способы реализации
82. Специальные события как технология информирования населения органом власти: задачи и разновидности
83. Государственно-гражданские интернет-коммуникации в процессе формирования имиджа органа власти и граждан
84. Имиджеобразование и краудсорсинг в государственном и муниципальном управлении
85. «Открытое Правительство» как форма диалогической коммуникации власти и граждан
86. Проанализируйте основные имидж-технологии. В чем заключаются особенности работы имиджмейкера с клиентом.
87. Раскройте сущность мифологизации. Какую роль мифотворчество играет в построении имиджа.
88. Подходы к определению целевой аудитории. Процесс позиционирования.
89. Особенности построения индивидуального имиджа.
90. Особенности построения группового имиджа.
91. Подходы к определению предметного имиджа. Каковы цели и мотивы создания предметного имиджа?
92. Два механизма формирования имиджа: стихийный и искусственный.
93. Каналы распространения (СМИ, личные встречи, слухи, анекдоты).
94. Этапы формирования имиджа.
95. Факторы формирования имиджа.
96. Технологии создания имиджа.
97. Технологии разрушения имиджа.
98. Управление имиджем.
99. Проблема взаимосвязи понятий «репутация» и «имидж». Основные подходы к определению корпоративной репутации.
100. Что такое корпоративный имидж? Сравните корпоративный имидж с другими типами имиджа. Что общего и в чем различия между ними?
101. Что такое президентская коммуникация? В чем ее преимущества?
102. Из чего складывается корпоративная культура организации?

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству доклад, сообщение

Шкала оценивания	Критерий оценивания
5	Доклад (сообщение) представлен(о) на высоком уровне (студент в полном объеме осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, владеет профильным понятийным (категориальным) аппаратом и т.п.)
4	Доклад (сообщение) представлен(о) на среднем уровне (студент в целом осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, допустив некоторые неточности и т.п.)
3	Доклад (сообщение) представлен(о) на низком уровне (студент допустил существенные неточности, изложил материал с ошибками, не владеет в достаточной степени профильным категориальным аппаратом и т.п.)

2	Доклад (сообщение) представлен(о) на неудовлетворительном уровне или не представлен (студент не готов, не выполнил задание и т.п.)
---	--

Вопросы к контрольным работам:

1. Имидж: понятие, основные компоненты, типы, признаки.
2. Имиджи образ. Имиджевые характеристики.
3. Основные требования к имиджу организации персональному имиджу
4. Образ власти как социально-политический конструкт.
5. Противоречивость процесса формирования имиджа органа власти и управления.
6. Основные подходы (развивающий и манипулятивный) к технологическому процессу формирования имиджа власти.
7. Цели и технологии внешних коммуникаций ПР-отдела органа власти
8. ПР-приемы для усиления информационного воздействия в имиджевых коммуникациях.
9. Государственный праздник как социально-коммуникативная технология власти.
10. Пропаганда как технология влияния на массовое сознание и ее разновидности.
11. Медиарелейшнз пресс-службы органа власти: цели, функции, способы реализации.
12. Специальные события как технология информирования населения органом власти: задачи и разновидности.
13. Государственно-гражданские интернет-коммуникации в процессе формирования имиджа органа власти и граждан.
14. Имиджеобразование и краудсорсинг в государственном и муниципальном управлении.
15. «Открытое Правительство» как форма диалогической коммуникации власти и граждан.
16. Социально-правовые механизмы реализации прав граждан на получение информации о деятельности федеральной, региональной и местной властей.
17. Использование технологии политического шантажа в политической борьбе как девальвация духовных ценностей личности политического деятеля.
18. Понятие и назначение базовой модели «антиимиджа».
19. Приведите примеры работы имиджмейкеров по основным антиимиджевым блокам.
20. Основные приемы защиты имиджа и деловой репутации при диффамации.
21. Составляющие имиджа политического лидера.
22. Основные приемы формирования имиджа политического лидера.
23. Психологическое содержание, общие требования и условия формирования политического имиджа.
24. Основные детерминированные социальной средой составляющие имиджа женщины-политика.
25. Применение технологий формирования имиджа в контексте «политик–женщина».
26. Структура и функции имиджа органов местного самоуправления.
27. Особенности имиджа глав муниципальных образований.
28. Специфика формирования имиджа территориальных образований.
29. Имидж страны, региона, города, села – управленческие и политические составляющие.
30. Основные технологии формирования имиджа органов государственной власти.
31. Технологии защиты имиджа органа власти и ее руководителя от негативной информации.
32. Характеристика имиджа: внутренний и внешний имидж России.
33. Понятие политического бренда.
34. Соотношение понятий имидж, репутация, бренд.
35. Техники возвышения имиджа.
36. Технологии поддержки имиджа в кризисных ситуациях.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству контрольная работа

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Контрольная работа выполнена на высоком уровне (правильные ответы даны на 90-100% вопросов/задач)
4	Контрольная работа выполнена на среднем уровне (правильные ответы даны на 75-89% вопросов/задач)
3	Контрольная работа выполнена на низком уровне (правильные ответы даны на 50-74% вопросов/задач)
2	Контрольная работа выполнена на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем на 50%)

Творческие задания:

Сделать презентацию по темам практических занятий:

1. Политическое поведение лидера. Основные потребности, мотивы поведения лидера.
2. Основные технологии создания имиджа политического лидера.
3. Технологии разрушения имиджа политика.
4. Ядро политического имиджа: легенда, позиции, установки.
5. Характеристика основных жестов и мимики.
6. Роль средств массовой информации в создании эффективного имиджа политика.
7. Имидж политической рекламы. Реклама и паблик рилейшенз, как средство формирования образа политика.
8. Имидж страны, региона, города, села – управленческие и политические составляющие.
9. Технологии защиты имиджа органа власти и ее руководителя от негативной информации.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству творческое задание

Шкала оценивания	Критерий оценивания
5	Творческое задание выполнено на высоком уровне
4	Творческое задание выполнено на среднем уровне
3	Творческое задание выполнено на низком
2	Творческое задание выполнено на неудовлетворительном уровне или не выполнено

Темы рефератов:

1. Составляющие имиджа политического лидера.
2. Основные приемы формирования имиджа политического лидера.
3. Психологическое содержание, общие требования и условия формирования политического имиджа.
4. Основные детерминированные социальной средой составляющие имиджа женщины-политика.
5. Применение технологий формирования имиджа в контексте «политик–женщина».
6. Структура и функции имиджа органов местного самоуправления.
7. Особенности имиджа глав муниципальных образований.
8. Специфика формирования имиджа территориальных образований.
9. Имидж страны, региона, города, села – управленческие и политические составляющие.
10. Основные технологии формирования имиджа органов государственной власти.
11. Технологии защиты имиджа органа власти и ее руководителя от негативной информации.
12. Характеристика имиджа: внутренний и внешний имидж России.

13. Понятие политического бренда.
14. Соотношение понятий имидж, репутация, бренд.
15. Техники возвышения имиджа.
16. Технологии поддержки имиджа в кризисных ситуациях.
17. Этическое регулирование профессиональной деятельности имиджмейкера

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству реферат

Шкала оценивания	Критерий оценивания
5	Реферат представлен на высоком уровне (студент в полном объеме осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, владеет профильным понятийным (категориальным) аппаратом и т.п.). Оформлен в соответствии с требованиями предъявляемыми к данному виду работ.
4	Реферат представлен на среднем уровне (студент в целом осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, допустив некоторые неточности и т.п.). В оформлении допущены некоторые неточности в соответствии с требованиями предъявляемыми к данному виду работ.
3	Реферат представлен на низком уровне (студент допустил существенные неточности, изложил материал с ошибками, не владеет в достаточной степени профильным категориальным аппаратом и т.п.). В оформлении допущены ошибки в соответствии с требованиями предъявляемыми к данному виду работ.
2	Реферат представлен на неудовлетворительном уровне или не представлен (студент не готов, не выполнил задание и т.п.)

Типовые тестовые задания:

1) Комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты), организационно-педагогических условий, форм аттестации, который представлен в виде учебного плана, календарного учебного графика, рабочих программ учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), иных компонентов, а также оценочных и методических материалов:

1. Программа развития образовательного учреждения
2. Образовательная программа
3. Примерный учебный план
4. Дополнительная образовательная программа

2) Система ценностных отношений обучающихся, сформированных в образовательном процессе:

1. Личностные результаты
2. Метапредметные результаты
3. Предметные результаты

3) Умение планировать собственную деятельность в соответствии с поставленной задачей и условиями ее реализации относится к:

1. Регулятивным действиям
2. Коммуникативным действиям
3. Познавательным действиям
4. Личностным действиям

4) Умение соотносить поступки и события с принятыми этическими принципами, действовать в рамках моральных норм относится к:

1. Регулятивным действиям
2. Коммуникативным действиям
3. Познавательным действиям
4. Личностным действиям

5) Умение осуществлять расширенный поиск информации с использованием ресурсов библиотек и интернета, обмениваться информацией в образовательном процессе относится к:

1. Регулятивным действиям
2. Коммуникативным действиям
3. Общеучебным действиям
4. Личностным действиям

6) Системно-деятельностный подход предполагает:

1. Ориентацию на результаты образования как системообразующий компонент ФГОС, где развитие личности обучающегося на основе усвоения универсальных учебных действий, познания и освоения мира составляет цель и основной результат образования.
2. Совокупность образовательных технологий и методических приемов как системообразующий компонент ФГОС, где развитие личности обучающегося на основе усвоения предметных результатов составляет цель и основной результат образования.
3. Организацию и управление целенаправленной учебно-воспитательной деятельностью ученика в общем контексте его жизнедеятельности – направленности интересов, жизненных планов, ценностных ориентаций, понимания смысла обучения и воспитания, личностного опыта.

7) Принцип, обеспечивающий переход от адаптивной и репродуктивной модели образования к деятельностной и преобразующей:

1. Принцип полного образования
2. Принцип вариативного образования
3. Принцип опережающего образования
4. Принцип развивающего образования

8) Рефлексия – это:

1. Врожденная потребность организма;
2. Психософическая характеристика человека;
3. Процесс самопознания человеком своих внутренних психических состояний и переживаний;
4. Эмпатия, готовность понять другого человека.

9) Основные этапы учебной проектной деятельности:

1. Постановка целей и задач, формулировка ресурсных ограничений, реализация проекта, критериальное оценивание, коррекция.
2. Выявление проблемы, целеполагание, планирование, реализация, рефлексия.
3. Установление критериев оценки, планирование, реализация, контроль.

10) Средство, которое потенциально способно улучшить результаты образовательной системы при соответствующем использовании:

1. Новшество
2. Нововведение
3. Инновация

4. Технология

11) Познавательная деятельность учащихся, направленная на овладение суммой знаний, умений и навыков, способов учебной деятельности:

1. Учение;
2. Обучение;
3. Образование.

12) Самостоятельная учебная деятельность, дополняющая урок и являющаяся частью цикла обучения:

1. Практическая работа;
2. Упражнение;
3. Домашняя работа.

13) Приобретение определенной суммы знаний, навыков и умений, развитие духовных, физических и трудовых способностей, приобретение зачатков трудовых и профессиональных навыков это:

- 1 Цель обучения;
- 2 Воспитательная цель;
- 3 Цель образования.

14) Модель организации деятельности педагога и ребенка, конструируемой с целью формирования у него ценностного отношения к миру и самому себе:

1. Метод воспитания;
2. Метод обучения;
3. Метод объяснения.

15) Установить последовательность методов обучения в логике возрастания степени самостоятельности обучающихся:

- 1 Репродуктивный метод
- 2 Информационно-рецептивный метод
- 3 Частично-поисковый метод
- 4 Метод проблемного изложения
- 5 Исследовательский метод.

16) Установить последовательность компонентов структуры учебной деятельности в логике ее формирования:

1. Действия контроля и оценки
2. Познавательная потребность
3. Учебная задача
4. Учебно-познавательный мотив
5. Учебные действия.

17) Установите последовательность ситуаций развития, направленных на освоение содержания и формы ведущей деятельности обучающихся:

1. Учебно-проектная
2. Дошкольно-игровая
3. Учебная
4. Дошкольно-учебная
5. Учебно-профессиональная
6. Игровая

18) Установить последовательность стадий инновационного процесса:

- 1 Выявление потребности в изменениях субъектов образовательного процесса
- 2 Выявление необходимости изменений на участках образовательного процесса
- 3 Разработка способов решения проблем (проектирование новшества)
- 4 Перевод новшества в режим постоянного использования
- 5 Внедрение и распространение новшества.

19) Общие требования, определяющие воспитательный процесс посредством норм, правил, рекомендаций по разработке, организации и проведению воспитательной работы:

1. Программа воспитания;
2. Принципы воспитания;
3. Методы воспитания.

20) Обучение, при котором на первый план выдвигаются творческие и продуктивные задания, определяющие смысл и мотивы деятельности выбора обучаемыми репродуктивных задач:

1. Программированное обучение;
2. Проблемное обучение;
3. Репродуктивное обучение.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству тесты

Шкала оценивания	Критерий оценивания
5	Тесты выполнены на высоком уровне (правильные ответы даны на 90-100% тестов)
4	Тесты выполнены на среднем уровне (правильные ответы даны на 75-89% тестов)
3	Тесты выполнены на низком уровне (правильные ответы даны на 50-74% тестов)
2	Тесты выполнены на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем на 50% тестов)

Оценочные средства для промежуточной аттестации (экзамен)

1. Предпосылки возникновения имиджологии.
2. Теоретическое и методологическое обоснование имиджологии как науки (понятие, научная проблема, структура научных исследований, объект, предмет исследования).
3. Современное состояние имиджологии. Принципы имиджологии.
4. Имиджмейкинг как сфера деятельности, направленная на создание нужного образа.
5. Значение имиджмейкинга для политической сферы.
6. Генезис понятия «политический имидж»: динамика представлений.
7. Понятие политического имиджа.
8. Типология политического имиджа (основные подходы).
9. Структура имиджа политика.
10. Особенности формирования имиджа политика.
11. Этапы формирования политического имиджа.
12. Политическое поведение лидера. Основные потребности, мотивы поведения лидера.
13. Основные технологии создания имиджа политического лидера.
14. Технологии разрушения имиджа политика.
15. Ядро политического имиджа: легенда, позиции, установки.
16. Понятие «Я – концепция» в самопрезентации.
17. Имидж политика – мужчины. Характеристика одежды и аксессуаров.
18. Имидж политика – женщины. Характеристика одежды и аксессуаров.

19. Роль цвета в создании имиджа.
20. Понятие физиогномики. Ее значение для формирования имиджа.
21. Понятие кинесики. Ее значение для формирования имиджа.
22. Характеристика основных жестов и мимики.
23. Понятие проксемики. Ее значение для формирования имиджа.
24. Базовые эмоции человека и их отражение в коммуникации.
25. Значение речи в создании имиджа политика.
26. Основные характеристики публичной речи.
27. Значение этикета в формировании политического имиджа.
28. Роль средств массовой информации в создании эффективного имиджа политика.
29. Каналы распространения имиджа (СМИ, личные встречи, слухи, анекдоты).
30. Имидж политической рекламы. Реклама и паблик рилейшенз, как средство формирования образа политика.
31. Особенности управления имиджем в сети Интернет
32. Имидж политической партии: понятие, структура. Роль идеологии и символики.
33. Построение эффективной имиджевой стратегии политической партии.
34. Сайт как средство формирования имиджа политической партии.
35. Специфика формирования имиджа территориальных образований.
36. Имидж страны, региона, города, села – управленческие и политические составляющие.
37. Основные технологии формирования имиджа органов государственной власти.
38. Технологии защиты имиджа органа власти и ее руководителя от негативной информации.
39. Характеристика имиджа: внутренний и внешний имидж России.
40. Понятие политического бренда.
41. Соотношение понятий имидж, репутация, бренд.
42. Техники возвышения имиджа.
43. Технологии поддержки имиджа в кризисных ситуациях.
44. Этическое регулирование профессиональной деятельности имиджмейкера.

Оценочные средства для промежуточной аттестации (экзамен)

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству промежуточный контроль (экзамен)

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
отлично (5)	Студент глубоко и в полном объеме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при выполнении практических задач.
хорошо (4)	Студент знает программный материал, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях или незначительное количество ошибок. При этом владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических задач.
удовлетворительно (3)	Студент знает только основной программный материал, допускает неточности, недостаточно четкие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. При этом недостаточно владеет умениями и навыками при выполнении практических задач. Допускает

	до 30% ошибок в излагаемых ответах.
неудовлетворительно (2)	Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы

Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобрены изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)

Экспертное заключение

Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) по дисциплине «Технологии формирования политического имиджа» соответствует требованиям ФГОС ВО.

Предлагаемые формы и средства текущего и промежуточного контроля адекватны целям и задачам реализации основной образовательной программы по направлению подготовки 41.04.04 Политология.

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающегося представлены в полном объеме.

Виды оценочных средств, включенные в представленный фонд, отвечают основным принципам формирования ФОС.

Разработанный и представленный для экспертизы фонд оценочных средств рекомендуется к использованию в процессе подготовки обучающихся по указанному направлению.

Председатель учебно-методической
комиссии кафедры государственного управления  Волошинова Н.А.