

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Воронежский филиал

Международно-правовой факультет

Кафедра моделирования и организации социальных систем

Утверждена
решением кафедры моделирования и
организации социальных систем
Протокол № 2 от «28» сентября 2016 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.02.02 «Технологии формирования продвижения имиджа в государственной и
муниципальной службе»

по направлению подготовки

38.03.04 «Государственное и муниципальное управление»

«Управление в государственной и муниципальной службе и кадровая политика»

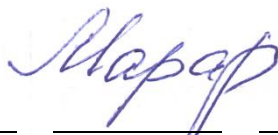
квалификация бакалавр

очная и заочная формы обучения


год набора 2015

Воронеж, 2016 г.

Автор–составитель:

Доцент, доктор социологических наук, профессор	Моделирования и организации социальных систем		Марар О.И..
<hr/> (ученое звание, ученая степень, должность)	<hr/> наименование кафедры	<hr/> (подпись)	<hr/> (Ф.И.О.)

Заведующий кафедрой

Моделирования и организации социальных систем	Профессор, доктор технических наук		Лещенко Е.М.
<hr/> наименование кафедры	<hr/> (ученое звание, ученая степень)	<hr/> (подпись)	<hr/> (Ф.И.О.)

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы.....	4
3. Содержание и структура дисциплины.....	5
4. Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине.....	8
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	18
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	18
6.1. Основная литература	18
6.2. Дополнительная литература.....	18
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы	18
6.4. Нормативно-правовые документы	18
6.5. Интернет-ресурсы.....	18
6.6. Справочные системы	19
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	19

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1 Дисциплина «Технологии формирования продвижения имиджа в государственной и муниципальной службе» обеспечивает овладение следующей компетенцией:

ПК – 11 Владение основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения.

Формирование ПК-11 осуществляется в три этапа при изучении дисциплины «Технологии формирования продвижения имиджа в государственной и муниципальной службе» включает в себя:

- способность к изучению теоретических основ общих и отраслевых общественных отношений.
- способность к анализу информационных потоков между органами власти и ключевыми группами общественности при формировании имиджа государственной и муниципальной службы;
- способности к разработке позитивного имиджа органа власти и его руководителя.

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть:

- *сформированы знания:* в области основных категории, понятий и проблем имиджелогии. В частности, понимание следующих базовых категорий и терминов: имиджелогия, общественность, общественное мнение, контактные аудитории, позиционирование, репутация, коммуникационный процесс, основные техники и приемы эффективного общения и т.д.

- *сформированы умения:*

- анализировать коммуникационные процессы в социуме;
- устанавливать и вести устойчивые коммуникационно - информационные связи с различными группами общественности,
- выбирать методы формирования общественной поддержки принимаемых органом власти решений и программ,
- использовать ресурсы продвижения положительного имиджа органа власти в глазах населения.

- *сформированы навыки:*

- способности использовать инструментарий к самопрезентации
- способности к разработке позитивного имиджа органа власти и его руководителя.
- способности и готовности к формированию общественного мнения и настроения.

2 Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Очная форма. Дисциплина Б1.В.ДВ. 02.02 «Технологии формирования продвижения имиджа в государственной и муниципальной службе» относится к дисциплинам части Б.1. Вариативной части блока Б.1. В.ДВ. дисциплин ОП ВО направления 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление». Освоение дисциплины осуществляется в 8 семестре 4 курса. Общая трудоёмкость дисциплины 4 ЗЕ.

Заочная форма. Дисциплина Б1.В.ДВ. 02.02 «Технологии формирования продвижения имиджа в государственной и муниципальной службе» относится к дисциплинам части Б.1. Вариативной части блока Б.1. В.ДВ. дисциплин ОП ВО направления 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление». Освоение дисциплины осуществляется на 3 курсе. Общая трудоёмкость дисциплины 4 ЗЕ.

Освоение дисциплины опирается на приобретенные ранее умения и навыки в ходе изучения дисциплин базового блока, а также компетентностно связанных дисциплин вариативной части, в частности «Деловые коммуникации», «Этика государственной

муниципальной службы», «Русский язык и культура речи», «Связь с общественностью в органах власти»:

Общее количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем:

Таблица 1.1

Вид учебных занятий и самостоятельная работа		Объем дисциплины, час.								
		Всего	Семестр							
			1	2	3	4	5	6	7	8
Очная форма обучения										
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:		50								50
лекционного типа (Л)		20								20
практического (семинарского) типа (ПЗ)		30								30
Самостоятельная работа обучающихся (СР)		58								58
Промежуточная аттестация	форма	Экзам ен								экза м ен
	час.	36								36
Общая трудоемкость (час. / з.е.)		144/4								144/4

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – экзамен.
Экзамен проводится посредством устного ответа на вопросы билетов.

Таблица 1.2

Вид учебных занятий и самостоятельная работа		Объем дисциплины, час.					
		Всего	Курс				
			1	2	3	4	5
Заочная форма обучения							
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:		14			14		
лекционного типа (Л)		6			6		
практического (семинарского) типа (ПЗ)		8			8		
Самостоятельная работа обучающихся (СР)		121			121		
Промежуточная аттестация	форма	экзамен			экзамен		
	час.	9			9		
Общая трудоемкость (час. / з.е.)		144/4			144/4		

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – экзамен.
Экзамен проводится посредством устного ответа на вопросы билетов.

3. Содержание и структура дисциплины

Таблица 2.1

№ п/п	Наименование тем	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемос ти**, промежудо чной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	Введение в дисциплину	11	2		3		6	О, Т, ПЗ

№ п/п	Наименование тем	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемос ти**, промежуто чной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Очная форма обучения								
	Имиджелогия. Сущность, функции, структура							
Тема 2	Имидж-стратегия. Этапы управления имиджем	11	2		3		6	О, ПЗ, Т
Тема 3	Инструментарий имиджелогии	11	2		3		6	О, ПЗ,
Тема 4	Специфика построения персонального имиджа	11	2		3		6	О, ПЗ,
Тема 5	Физиогномика, кинесика и стилистика в формировании имиджа. Динамический имидж	11	2		3		6	О, ПР, ПЗ
Тема 6	Персональный деловой имидж. Имидж руководителя	15	3		4		8	О, ПЗ, Д
Тема 7	Корпоративный имидж	12	2		4		6	О, ПЗ, Д,
Тема 8	Типы имиджа в различных областях человеческой деятельности	11	2		3		6	О, ПЗ, Д
Тема 9	Политический имидж	15	3		4		8	О, ПЗ, Ф
Промежуточная аттестация		36				36		экзамен
Всего:		144	20		30	36	58	

примечание:

** - формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), презентация (ПР), доклад (Д), практическое задание (ПЗ), обсуждение фильма (Ф) и др.

Таблица 2.2

№ п/п	Наименование тем	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемос ти**, промежудо чной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
заочная форма обучения								
Тема 1	Введение в дисциплину Имиджелогия. Сущность, функции, структура	12					12	Р
Тема 2	Имидж-стратегия. Этапы управления имиджем	14					14	Р
Тема 3	Инструментарий имиджелогии	17	1		2		14	ПЗ
Тема 4	Специфика построения персонального имиджа	14					14	Р

№ п/п	Наименование тем	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемос ти**, промежудо чной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
заочная форма обучения								
Тема 5	Физиогномика, кинесика и стилистика в формировании имиджа. Динамический имидж	14					14	Р
Тема 6	Персональный деловой имидж. Имидж руководителя	18	2		2		14	ПЗ
Тема 7	Корпоративный имидж	17	2		2		13	ПЗ
Тема 8	Типы имиджа в различных областях человеческой деятельности	13					13	Р
Тема 9	Политический имидж	16	1		2		13	Ф
Промежуточная аттестация		9				9		экзамен
Всего:		144	6	0	8	9	121	

примечание:

** - формы текущего контроля успеваемости: реферат (Р), практические задания, обсуждение фильма (Ф) и др.

Содержание дисциплины

Тема 1 Введение в дисциплину Имиджелогия. Сущность, функции, структура

Определение предметной области имиджелогии. Место имиджелогии в ряду научных дисциплин. Ветви имиджелогии. Функции имиджа. Структура имиджа.

Тема 2 Имидж-стратегия. Этапы управления имиджем

Основные имидж-стратегии. Этапы формирования имиджа. Методы изучения идеального и текущего имиджа.

Тема 3 Инструментарий имиджелогии

Понятие инструментария в имиджелогии и специфика его использования. Основные инструменты: позиционирование, манипулирование, мифологизация. Приемы формирования имиджа

Тема 4 Специфика построения персонального имиджа

Персональный имидж и составляющие имиджа личности. «Я-концепция» как ядро персонального имиджа. Факторы восприятия личности в общественном сознании. Создание сообщения о себе. Типы самопрезентации.

Тема 5 Физиогномика, кинесика и стилистика в формировании имиджа. Динамический имидж

Физиогномика и ее объект. Кинетический имидж. Вербальный имидж. Стилистика и ее составляемые. Динамический имидж.

Тема 6 Персональный деловой имидж. Имидж руководителя

Понятие персонального делового имиджа. Атрибуты и факторы делового имиджа. Основы формирования персонального делового имиджа. Имидж руководителя. Создание делового образа с помощью макияжа, одежды, аксессуаров.

Тема 7 Корпоративный имидж

Концептуальные модели корпоративного имиджа. Корпоративная философия и формирование имиджа организации. Технологии формирования внешнего имиджа организации. Внутренний имидж организации. Информационно-коммуникационное сопровождение имиджевых программ.

Тема 8 Типы имиджа в различных областях человеческой деятельности

Специфика имиджа в государственном управлении и дипломатии. Имидж страны, региона, города. Имидж в искусстве и шоу-бизнесе. Имидж в торговле и экономике. Имидж в рекламе.

Тема 9 Политический имидж

Понятие и функции политического имиджа. Образ партии в политической имиджологии. Персональный образ в политической имиджологии. Типажи имиджей политика: монархический, харизматический и иные.

4. Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины «Технологии формирования и продвижения имиджа в государственной и муниципальной службе» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

- при проведении занятий лекционного типа:

- ✓ наблюдение за поведением студентов во время занятий, за проявлением заинтересованности к содержанию занятия лекционного типа;
- ✓ заполнение студентами листа обратной связи (Таблица 3)

Таблица 3

О чем идет речь? Что вы услышали, поняли и запомнили?	Дополнения. Уточнение. Критика.

- ✓ вопросы студентам и ответы студентов на понимание новой терминологии, с которой знакомятся студенты на занятии (по ходу занятия);
- ✓ задания студентам для подготовки конспекта занятия в виде опорных сигналов;
- ✓ просмотр теледебатов на телеканалах, просмотр фильмов с последующим обсуждением: 1) в микрогруппах; 2) представление мнения микрогруппы всей группе

- при проведении практических занятий:

Очная форма обучения

Тема 1 Введение в дисциплину Имиджология. Сущность, функции, структура

Формы текущего контроля – опрос, тестирование, практические занятия

Вопросы для опроса:

1. Становление имиджологии в странах Запада и в России.
2. Определение предметной области имиджологии. Место имиджологии в ряду научных дисциплин.

3. Антропологическая основа имиджелогии.
4. Ветви имиджелогии.

Тест.

1. Что означает «имидж»:

- а) «образец»;
- б) «образ»;
- в) «рейтинг»;
- г) «оценка».

2. Кому принадлежит мысль: «Забываясь о красоте, надо начинать с сердца и души, иначе никакая косметика не поможет»?:

- а) Шанель;
- б) Версаче;
- в) Якокке Ли.

3. Установите соответствие между составляющими имиджа и их характеристиками:

Составляющие имиджа:

- 1) имидж среды обитания,
- 2) габитарный имидж,
- 3) деловой имидж,
- 4) вербальный имидж,
- 5) невербальный имидж.

Характеристики:

- А) устная и письменная речь;
- Б) мебель, здание;
- В) язык телодвижений;
- Г) внешний облик;
- Д) предметы, произведения, созданные человеком.

4. Габитарным имиджем человека является:

- а) его поведение;
- б) его внешность;
- в) созданная им искусственно среда обитания;
- г) его речевая продукция.

5. Овеществленным имиджем человека является:

- а) созданная им искусственно среда обитания;
- б) его внешность;
- в) его овеществленная продукция – предметы, вещи, которые он создал;
- г) его поведение.

6. Обозначьте методы, в равной степени пригодные как в работе с корпоративным, так и персональным имиджем при построении позитивного имиджа

- а) форматирование;
- б) позиционирование;
- в) эмоционализация;
- г) архайзация сознания;
- д) вбрасывание амбивалентной информации;
- е) использование стереотипов;
- ж) этикометрия;
- з) интервьюирование;
- и) контролируемый эксперимент;
- к) метод свободных ассоциаций.

7. Что позволяет достичь метод эмоционализации:

- а) распознавания образа;
- б) преодоления стереотипов восприятия;
- в) большей запоминаемости образа;
- г) новизны решения
- д) более длительного внимания к образу.

8. Обозначьте связь персонального имиджа и Я-концепции. Я-концепция:

- а) условие;
- б) основа;
- в) предпосылка;
- г) ядро;
- д) следствие;
- е) мотив формирования и поддержания персонального имиджа.

9. *Целью имиджа является:*

- а) получение одобрения аудитории;
- б) получение прогнозируемого результата;
- в) возможность самовыражения;
- г) возможность самоутверждения.

10. *Социальная группа, для которой создается имидж – это:*

- а) реципиент имиджа;
- б) субъект имиджа;
- в) аудитория;
- г) социум.

11. *Тип имиджа, характеризующий систему представлений об образе конкретного человека:*

- а) личностный;
- б) корпоративный;
- в) текущий;
- г) зеркальный.

12. *Имидж, который образуется при наличии ряда независимых структур вместо единой корпорации:*

- а) множественный;
- б) корпоративный;
- в) личностный;
- г) желаемый.

13. *Образ мыслей, интеллект, интересы, ценности, хобби относятся к составляющей имиджа:*

- а) внутренней;
- б) внешней;
- в) процессуальной;
- г) множественной.

14. *Внешние составляющие имиджа – это:*

- а) прическа;
- б) интеллект;
- в) хобби;
- г) голос.

15. *Внутренние составляющие имиджа – это:*

- а. прическа;
- б. интеллект;
- в. хобби;
- г. голос.

16. *Средовым имиджем человека является:*

- а) его овеществленная продукция – предметы, вещи, которые он сделал, создал;
- б) созданная им искусственно среда обитания;
- в) его внешность;
- г) его поведение.

17. *Акт самовыражения и поведения, направленный на то, чтобы создать благоприятное впечатление, соответствующее чьим-либо идеалам:*

- а) самопрезентация;
- б) стереотип;
- в) социальный статус;
- г) функция имиджа.

18. *Вербальным имиджем человека является:*

- а) устная речевая продукция;

- б) письменная речевая продукция;
- в) устная и письменная речевая продукция;
- г) поведение.

19. *Невербальным имиджем человека является:*

- а) устная речевая продукция;
- б) письменная речевая продукция;
- в) устная и письменная речевая продукция;
- г) поведение.

20. *Корпоративная миссия это:*

- а) социально значимая роль организации.
- б) восприятие организации группами общественности.
- в) ценности организации.
- г) позиционирование организации.

21. *Основой корпоративной философии являются:*

- а) позиционирование организации;
- б) комплекс принципов организации;
- в) корпоративная миссия;
- г) корпоративные стандарты.

22. *Основой корпоративной культуры являются:*

- а) позиционирование организации;
- б) руководство организацией;
- в) корпоративная миссия;
- г) корпоративные стандарты.

23. *Когда имиджирование стало самостоятельным предметом?*

- а) в начале 1980 – х гг.;
- б) с конца 1990 – х гг.;
- в) с конца 1950 – х гг.

24. *Как называется специалист по созданию имиджа?*

- а) специалист по имиджу;
- б) имиджмейкер;
- в) носитель имиджа.

25. *Источником имиджеформирующей информации являются:*

- а) имиджмейкер;
- б) индукторы;
- в) реципиенты.

26. *Термины «имидж», «репутация», «идентичность», «организационная культура» являются:*

- а) синонимами;
- б) четко взаимосвязанными понятиями;
- в) не являются взаимосвязанными между собой и изучаются различными науками.

27. *По признаку воспринимаемой аудитории различают:*

- а) социальный, управленческий, научный, обобщенный имиджи;
- б) внешний и внутренний имиджи организации;
- в) имидж организации в целом и имиджи отдельных подразделений.

28. *По функционально-технологическому признаку выделяют следующие разновидности имиджа:*

- а) желаемый и воспринимаемый, социо-ситуативный и постоянный;
- б) самоимидж и внешний имидж личности;
- в) обобщенный, функциональный, контекстный.

29. *К внутренним факторам, зависимым от носителя имиджа относятся:*

- а) общие физические данные, мимика, среда обитания;
- б) коммуникабельность, уровень нравственности;
- в) сфера интересов, уровень образования;
- г) а и б

30. *В социальном аспекте составляющие индивидуального имиджа выражают:*

- а) личностные характеристики.
- б) уровень культуры;

- в) уровень благосостояния;
- г) силу воли.

31. *Имидж организации в целом, а не каких-то ее частей или результатов ее работы:*

- а) корпоративный;
- б) положительный;
- в) желаемый;
- г) текущий.

32. *Сотрудники организации являются объектом корпоративного имиджа:*

- а) внешнего;
- б) внутреннего;
- г) осязаемого;
- д) неосязаемого.

33. *Основой корпоративного имиджа являются:*

- а) корпоративная философия;
- б) корпоративная общественность;
- в) руководитель организации;
- г) позиционирование организации.

Шкала оценивания

(при общем количестве вопросов в контрольном задании – 33)

Количество правильных ответов	1-9	10-19	20-27	28- 33
Оценка	2	3	4	5

Тема 2 Имидж-стратегия. Этапы управления имиджем

Форма текущего контроля – опрос, практическое задание

Вопросы для опроса:

1. Основные этапы формирования имиджа.
2. Оценка целевой аудитории как один из этапов управления имиджем.
3. Основные имиджевые стратегии (на основании ресурсного анализа объекта имиджирования и исследования предпочтений аудитории).

Практическое задание представлено в методическом указании по выполнению практических занятий по дисциплине «Имиджелогия» по направлению подготовки бакалавров «Государственное и муниципальное управление»

Тема 3 Инструментарий имиджелогии

Форма текущего контроля – опрос, практическое задание

Вопросы для опроса:

1. Понятие имиджевой коммуникации.
2. Специфика восприятия сообщений в массовом сознании и формирование имиджа.
3. Стереотип и его значение для имиджа.
4. Влияние канала коммуникации на имидж.
5. Основные инструменты имиджирования: позиционирование, манипулирование, мифологизация.
6. Приемы формирования имиджа.

Практическое задание представлено в методическом указании по выполнению практических занятий по дисциплине «Имиджелогия» по направлению подготовки бакалавров «Государственное и муниципальное управление»

Тема 4 Специфика построения персонального имиджа

Форма текущего контроля – опрос, практическое задание

Вопросы для опроса:

1. Персональный имидж и составляющие имиджа личности.
2. Каузальная атрибуция. Факторы восприятия личности в общественном сознании.
3. Создание сообщения о себе. Типы самопрезентации.
4. Специфика гендерных имиджей и их социальная обусловленность

Практическое задание представлено в методическом указании по выполнению практических занятий по дисциплине «Имиджелогия» по направлению подготовки бакалавров «Государственное и муниципальное управление»

Тема 5 Физиогномика, кинесика и стилистика в формировании имиджа. Динамический имидж

Форма текущего контроля – опрос, практическое задание, презентация

Вопросы для опроса:

1. Физиогномика и ее объект.
2. Кинетический имидж.
3. Вербальный имидж.
4. Стилистика и ее слагаемые
5. Динамический имидж.

Примерные темы презентаций:

1. Габитарный имидж лидера.
2. Роль цвета в создании имиджа.
3. Имидж и мода. Имидж лидеров моды на разных исторических этапах.

Практическое задание представлено в методическом указании по выполнению практических занятий по дисциплине «Имиджелогия» по направлению подготовки бакалавров «Государственное и муниципальное управление»

Тема 6 Персональный деловой имидж. Имидж руководителя

Форма текущего контроля – опрос, доклад, практическое задание

Вопросы для опроса:

1. Понятие персонального делового имиджа. Атрибуты и факторы делового имиджа
2. Основы формирования персонального делового имиджа.
3. Имидж руководителя
4. Создание делового образа с помощью макияжа, одежды, аксессуаров

Примерные темы докладов:

1. Технология самопрезентации руководителя.
2. Проектирование делового имиджа в процессе подготовки к собеседованию.
3. Проектирование делового имиджа женщины.
4. Проектирование делового имиджа руководителя.

Практическое задание представлено в методическом указании по выполнению практических занятий по дисциплине «Имиджелогия» по направлению подготовки бакалавров «Государственное и муниципальное управление»

Тема 7 Корпоративный имидж

Форма текущего контроля – опрос, доклад, практическое задание

Вопросы для опроса:

1. Концептуальные модели корпоративного имиджа.
2. Корпоративная философия и формирование имиджа организации.
3. Технологии формирования внешнего имиджа организации.
4. Внутренний имидж организации.
5. Сохранение и защита имиджа организации.

Примерные темы докладов:

1. Соотношение имиджевых и этикетных требований в бизнес-сфере.
2. Соотношение корпоративной философии и корпоративного имиджа: теоретический и прикладной аспекты.
3. Фирменный стиль как средство создания визуального имиджа организации.

Практическое задание представлено в методическом указании по выполнению практических занятий по дисциплине «Имиджелогия» по направлению подготовки бакалавров «Государственное и муниципальное управление»

Тема 8 Типы имиджа в различных областях человеческой деятельности

Форма текущего контроля – опрос, доклад, практическое задание

Вопросы для опроса:

1. Специфика имиджа в государственном управлении и дипломатии.
2. Имидж страны, региона, города.
3. Имидж в искусстве и шоу-бизнесе.
4. Имидж в торговле и экономике. Имидж в рекламе.

Примерные темы докладов:

1. Имидж России.
2. Имидж Воронежа.
3. Роль имиджа в туристическом бизнесе.
4. Имидж в науке.
5. Имидж российской армии.
6. Имидж зимней Олимпиады в Сочи.
7. Имидж культурно-образовательного учреждения.
8. Имидж государственного и муниципального служащего.
9. Проектирование имиджа территории.

Практическое задание представлено в методическом указании по выполнению практических занятий по дисциплине «Имиджелогия» по направлению подготовки бакалавров «Государственное и муниципальное управление»

Тема 9 Политический имидж

Форма текущего контроля – опрос, практическое задание, обсуждение теледебатов

Вопросы для опроса:

1. Понятие и функции политического имиджа.
2. Этнопсихологические особенности политического имиджа.
3. Основные этапы развития политической имиджелогии.
4. Политический миф и политическая метафора в построении политического имиджа.

Примерные вопросы для обсуждения теледебатов:

1. Образ партии в политической имиджологии.
2. Персональный образ в политической имиджологии.
3. Типажи имиджей политика: монархический, харизматический и иные.
4. Речевой имидж как средство создания благоприятного имиджа политика.
5. Невербальные компоненты политического имиджа.

Практическое задание представлено в методическом указании по выполнению практических занятий по дисциплине «Имиджология» по направлению подготовки бакалавров «Государственное и муниципальное управление»

Заочная форма обучения**Тема 1 Введение в дисциплину Имиджология. Сущность, функции, структура**

Формы текущего контроля – реферат

Тема 2 Имидж-стратегия. Этапы управления имиджем

Форма текущего контроля – реферат

Примерные темы рефератов

1. Становление имиджологии в странах Запада и в России.
2. Определение предметной области имиджологии. Место имиджологии в ряду научных дисциплин.
3. Антропологическая основа имиджологии.
4. Ветви имиджологии
5. Основные этапы формирования имиджа.
6. Оценка целевой аудитории как один из этапов управления имиджем.
7. Основные имиджевые стратегии (на основании ресурсного анализа объекта имиджирования и исследования предпочтений аудитории).
8. Понятие имиджевой коммуникации.
9. Специфика восприятия сообщений в массовом сознании и формирование имиджа.
10. Стереотип и его значение для имиджа.
11. Влияние канала коммуникации на имидж.
12. Основные инструменты имиджирования: позиционирование, манипулирование, мифологизация.
13. Приемы формирования имиджа.

Тема 3 Инструментарий имиджологии

Форма текущего контроля – практическое задание

Практическое задание представлено в методическом указании по выполнению практических занятий по дисциплине «Имиджология» по направлению подготовки бакалавров «Государственное и муниципальное управление»

Тема 4 Специфика построения персонального имиджа

Форма текущего контроля – реферат

Примерные темы рефератов

1. Персональный имидж и составляющие имиджа личности.
2. Каузальная атрибуция. Факторы восприятия личности в общественном сознании.
3. Создание сообщения о себе. Типы самопрезентации.
4. Специфика гендерных имиджей и их социальная обусловленность

Тема 5 Физиогномика, кинесика и стилистика в формировании имиджа. Динамический имидж

Форма текущего контроля – реферат

Примерные темы рефератов

1. Физиогномика и ее объект.
2. Кинетический имидж.
3. Вербальный имидж.
4. Стилистика и ее слагаемые
5. Динамический имидж.
6. Габитарный имидж лидера.
7. Роль цвета в создании имиджа.
8. Имидж и мода. Имидж лидеров моды на разных исторических этапах.

Тема 6 Персональный деловой имидж. Имидж руководителя

Форма текущего контроля – практическое задание

Практическое задание представлено в методическом указании по выполнению практических занятий по дисциплине «Имиджелогия» по направлению подготовки бакалавров «Государственное и муниципальное управление»

Тема 7 Корпоративный имидж

Форма текущего контроля – практическое задание

Практическое задание представлено в методическом указании по выполнению практических занятий по дисциплине «Имиджелогия» по направлению подготовки бакалавров «Государственное и муниципальное управление»

Тема 8 Типы имиджа в различных областях человеческой деятельности

Форма текущего контроля – реферат

Примерные темы рефератов

1. Специфика имиджа в государственном управлении и дипломатии.
2. Имидж страны, региона, города.
3. Имидж в искусстве и шоу-бизнесе.
4. Имидж в торговле и экономике. Имидж в рекламе.
5. Имидж России.
6. Имидж Воронежа.
7. Роль имиджа в туристическом бизнесе.
8. Имидж в науке.
9. Имидж российской армии.
10. Имидж зимней Олимпиады в Сочи.
11. Имидж культурно-образовательного учреждения.
12. Имидж государственного и муниципального служащего.
13. Проектирование имиджа территории.

Тема 9 Политический имидж

Форма текущего контроля – обсуждение теледебатов

Примерные вопросы для обсуждения теледебатов:

1. Образ партии в политической имиджелогии.

2. Персональный образ в политической имиджелогии.
3. Типажи имиджей политика: монархический, харизматический и иные.
4. Речевой имидж как средство создания благоприятного имиджа политика.
5. Невербальные компоненты политического имиджа.

4.1.2. Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Зачет проводится посредством устного ответа на вопросы зачета;

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости

Материалы приведены в пункте 4.1.1

4.3 Оценочные средства для промежуточной аттестации

Вопросы для проведения зачета / экзамена

1. Продемонстрируйте знание и понимание современного определения понятия «имидж».
2. Продемонстрируйте знание и понимание различий в понятиях имидж и репутация.
3. Продемонстрируйте знание и понимание функций имиджа.
4. Продемонстрируйте знание и понимание структуры имиджа.
5. Продемонстрируйте знание и понимание влияния имиджа на развитие карьеры.
6. Продемонстрируйте знание и понимание основных принципов и этапов формирования имиджа.
7. Продемонстрируйте знание и понимание основных инструментов формирования имиджа: позиционирование, манипулирование, мифологизация.
8. Продемонстрируйте знание и понимание приемов формирования имиджа: эмоционализация, акцентирование информации, замена целей, подача противоречивых сигналов, метафоризация, контекстное введение знаков.
9. Продемонстрируйте знание и понимание влияния как метода активации поведения.
10. Продемонстрируйте знание и понимание физиогномики и ее объекта.
11. Продемонстрируйте знание и понимание понятия «кинетический имидж».
12. Продемонстрируйте знание и понимание понятия «вербальный имидж».
13. Продемонстрируйте знание и понимание стилистики и ее составляющие
14. Продемонстрируйте знание и понимание понятия «динамический имидж».
15. Продемонстрируйте знание и понимание специфики имиджа в государственном управлении и дипломатии.
16. Продемонстрируйте знание и понимание имиджа - страны, региона, города.
17. Продемонстрируйте знание и понимание особенностей имиджа в искусстве и шоу-бизнесе.
18. Продемонстрируйте знание и понимание разных типов самопрезентации.
19. Продемонстрируйте знание и понимание понятия персонального делового имиджа.
20. Продемонстрируйте знание и понимание атрибутов и факторов делового имиджа.
21. Продемонстрируйте знание и понимание основ формирования персонального делового имиджа.
22. Продемонстрируйте знание и понимание основ формирования имиджа руководителя.
23. Продемонстрируйте знание и понимание использования макияжа, одежды, аксессуаров в создании делового образа.
24. Продемонстрируйте знание и понимание концептуальных моделей корпоративного имиджа.
25. Продемонстрируйте знание и понимание корпоративной философии в формировании имиджа организации.
26. Продемонстрируйте знание и понимание технологии формирования внешнего имиджа организации.
27. Продемонстрируйте знание и понимание технологии формирования внутреннего имиджа организации.
28. Продемонстрируйте знание и понимание места бренд-менеджмента в управлении имиджем организации. Антибрендинг.

29. Продемонстрируйте знание и понимание понятия «брендинг», как социально-ответственного поведения.
30. Продемонстрируйте знание и понимание использования информационно-коммуникационного сопровождения имиджевых программ.
31. Продемонстрируйте знание и понимание функций политического имиджа.
32. Продемонстрируйте знание и понимание формирования персонального образа в политической имиджологии.
33. Продемонстрируйте знание и понимание типов имиджа политика: монархический, харизматический и иные.

4.4. Методические материалы

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций определены «Порядком проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов в Воронежском филиале федерального государственного бюджетного образовательного учреждения «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» от 01.09.2016 № 114-217/1.

Шкала оценивания

Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации, шкалы и процедуры оценивания определены приказом от 09 сентября 2016 года № 114-228/1 «Порядок применения балльно-рейтинговой системы оценки знаний обучающихся в Воронежском филиале РАНХиГС».

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические указания для обучающихся по подготовке к текущему контролю успеваемости приведены в пособии «Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов» (издано на кафедре МОСС).

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения дисциплины

6.1 Основная литература

1. Блинов А.О., Дресвянников В.А. Управленческое консультирование: Учебник – М.: Дашков и К., 2013-212с.
2. Марков А.А. Связи с общественностью в органах власти. – М.: Инфра-М, 2015. – 190 с.

6.2. Дополнительная литература

1. Докторов Б.З. Первопроходцы мира мнений от Гэллага до Грушина. - М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2005. – 239с.
2. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз, или как успешно управлять общественным мнением. – Изд-во: Центр, 2004. – 336с.
3. Просянюк Д. Роль средств массовой информации в формировании образа России// Проблемы теории и практики управления - 2014. - № 3 - С. 109 (фонд библиотеки)
4. Резник С.Д., Игошина И.А., Шестерина О.И. Организационное поведение (практикум: деловые игры, тесты, конкретные ситуации): Учеб. пособие / Под ред. С.Д. Резника. – 2-е изд., перераб., доп. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 320 с.

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Коваль Л.В. Методические указания по выполнению практических занятий и самостоятельной работе по дисциплине «Имиджология» по направлению подготовки

бакалавров «Государственное и муниципальное управление» очной формы обучения – РИО ВФ РАНХиГС – 2016. – 51 с.

2. Назаренко Н.Н., Потанина И.В. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов, учебно-методическое пособие, Воронеж: ВФ РАНХиГС – 2016.

6.4. Нормативно-правовые документы

1. Федеральный закон "О государственной гражданской службе Российской Федерации" от 27.07.2004 N 79-ФЗ (последняя редакция)
2. Федеральный закон "О муниципальной службе в Российской Федерации" от 02.03.2007 N 25-ФЗ (последняя редакция)
3. Положение об организации самостоятельной работы студентов федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (в ред. Приказа РАНХиГС от 11.05.2016 г. № 01-2211).
4. Положение об организации самостоятельной работы студентов федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (в ред. Приказа РАНХиГС от 11.05.2016 г. № 01-2211).
5. «Порядок применения балльно-рейтинговой системы оценки знаний обучающихся в Воронежском филиале РАНХиГС», утвержденный приказом от 09 сентября 2016 года № 114-228/1.

6.5. Интернет-ресурсы

1. <http://www.biblioclub.ru> «Университетская библиотека онлайн»
2. Куб — электронная библиотека <http://www.koob.ru/>
3. <http://www.pedlib.ru/>
4. <http://library.evro-bit.ru/>
5. <http://www.klex.ru/11m>

6.6. Справочные системы

1. Консультант плюс
2. Гарант

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Для материально-технического обеспечения дисциплины используются: аудиторный фонд; компьютерный класс с возможностью доступа к справочно-поисковым системам информационно-правового обеспечения и с установленной программой для компьютерного тестирования знаний студентов по темам дисциплины; специализированная аудитория с ПК и мультимедийным проектором; библиотечно-информационные ресурсы.

В учебном процессе используются следующие программные продукты: MicrosoftWord, MS PowerPoint, Internet – Explorer;