

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

Воронежский филиал РАНХиГС

Международно-правовой факультет

Кафедра моделирования и организации социальных систем

Утверждена
решением кафедры моделирования и
организации социальных систем
Протокол от «21» апреля 2017 г. № 9

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.08.01 «Технологии формирования продвижения имиджа в государственной и муниципальной службе»

Краткое наименование дисциплины – ТФПИ в ГМС

по направлению подготовки

38.03.04 Государственное и муниципальное управление

Профиль «Управление в государственной и муниципальной службе»

Квалификация бакалавр

Форма обучения – очная

Год набора – 2017

Воронеж, 2017 г.

Автор–составитель:

Доктор социологических наук, профессор кафедры моделирования и организации социальных систем Марар О.И.

Заведующая кафедрой:

моделирования и организации социальных систем, доктор технических наук, профессор
Лещенко Е.М.

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. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине..... | 8 |
| 5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины..... | 16 |
| 6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине..... | 16 |
| 6.1. Основная литература | 16 |
| 6.2. Дополнительная литература..... | 17 |
| 6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы | 17 |
| 6.4. Нормативно-правовые документы | 17 |
| 6.5. Интернет-ресурсы..... | 17 |
| 6.6. Иные источники..... | 18 |
| 7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы..... | 18 |

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

1.1 Дисциплина Б1.В.ДВ.08.01 «Технологии формирования продвижения имиджа в государственной и муниципальной службе» обеспечивает овладение следующей компетенциями с учетом этапа:

| Код компетенции | Наименование компетенции | Код этапа освоения компетенции | Наименование этапа освоения компетенции |
|-----------------|--|--------------------------------|---|
| ПК-11 | Владение основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения. | ПК-11 | -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:

| Код этапа освоения компетенции | Результаты обучения |
|--------------------------------|---|
| ПК – 11 | на уровне знаний: 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. |
| | на уровне умений: - 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. |
| | на уровне навыков: 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. 08.01 «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 5 семестре 3 курса. Общая трудоёмкость дисциплины 3 ЗЕ. Академических часов 108, астрономических часов - 81

Освоение дисциплины опирается на приобретенные ранее умения и навыки в ходе изучения дисциплин базового блока, а также компетентностно связанных дисциплин вариативной части, в частности Б1.В ДВ.08.02 «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 акад.час/астр. час. | | | | | | | | | | | |
|--|-------|--------------------------------------|---------|---|---|---|----------|--|--|--|---|---|---|
| | | Всего акад/ астр | Семестр | | | | | | | | 6 | 7 | 8 |
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | | | | | |
| Очная форма обучения | | | | | | | | | | | | | |
| Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе: | | 54/40,5 | | | | | 54/40,5 | | | | | | |
| лекционного типа (Л) | | 18/13,5 | | | | | 18/13,5 | | | | | | |
| практического (семинарского) типа (ПЗ) | | 36/27 | | | | | 36/27 | | | | | | |
| Самостоятельная работа обучающихся (СР) | | 54/40,5 | | | | | 54/40,5 | | | | | | |
| Промежуточная аттестация | форма | зачет | | | | | зачет | | | | | | |
| | час. | | | | | | | | | | | | |
| Общая трудоемкость (акад.час. /астр.час/ з.е.) | | 108/81/3 | | | | | 108/81/3 | | | | | | |

3. Содержание и структура дисциплины

Таблица 2.1

| № п/п | Наименование тем | Объем дисциплины акад,час./астр час | | | | | | Форма текущего контроля успеваемо сти*, промежудо чной аттестации |
|----------------------|---|-------------------------------------|--|----|-----|-----|-----------|--|
| | | Всего акад/ астр | Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий | | | | СР | |
| | | | Л | ЛР | ПЗ | КСР | | |
| Очная форма обучения | | | | | | | | |
| Тема 1 | Введение в дисциплину Имиджелогия. Сущность, функции, структура | 12/9 | 2/1,5 | | 4/3 | | 6/ 5,4 | О, Т, ПЗ |
| Тема 2 | Имидж-стратегия. Этапы управления имиджем | 12/9 | 2/1,5 | | 4/3 | | 6/ 4,5 | О, ПЗ, Т |
| Тема 3 | Инструментарий имиджелогии | 12/9 | 2/1,5 | | 4/3 | | 6/ 4,5 | О, ПЗ, |
| Тема 4 | Специфика построения персонального имиджа | 12/9 | 2/1,5 | | 4/3 | | 6/ 4,5 | О, ПЗ, |
| Тема 5 | Физиогномика, кинесика и стилистика | 12/9 | 2/1,5 | | 4/3 | | 6/ 4,5 | О, ПР, ПЗ |

| № п/п | Наименование тем | Объем дисциплины акад,час./астр час | | | | | | Форма текущего контроля успеваемос ти*, промежудо чной аттестации |
|--------------------------|--|-------------------------------------|--|----|-------|-----|-----------------|--|
| | | Всего акад/ астр | Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий | | | | СР | |
| | | | Л | ЛР | ПЗ | КСР | | |
| Очная форма обучения | | | | | | | | |
| | формировании имиджа. Динамический имидж | | | | | | | |
| Тема 6 | Персональный деловой имидж. Имидж руководителя | 12/9 | 2/1,5 | | 4/3 | | 6/ 4,5 | О, ПЗ, Д |
| Тема 7 | Корпоративный имидж | 12/9 | 2/1,5 | | 4/3 | | 6/ 4,5 | О, ПЗ, Д, |
| Тема 8 | Типы имиджа в различных областях человеческой деятельности | 12/9 | 2/1,5 | | 4/3 | | 6/ 4,5 | О, ПЗ, Д |
| Тема 9 | Политический имидж | 12/9 | 2/1,5 | | 4/3 | | 6 | О, ПЗ, Ф |
| Промежуточная аттестация | | | | | | | | Зачет |
| Всего: | | 108/ 81 | 18/9 | 0 | 36/27 | 0 | 54/ 40, 5 | |

примечание:

* - формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), презентация (ПР), доклад (Д), практическое задание (ПЗ), 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 слагаемые. 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. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

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

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1. В.ДВ.08.01 «Технологии формирования и продвижения имиджа в государственной и муниципальной службе» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

- при проведении занятий лекционного типа:

опрос (О), презентация (ПР)

- при проведении занятий семинарского типа:

опрос (О), тестирование (Т), презентация (ПР), доклад (Д), практическое задание (ПЗ), обсуждение фильма (Ф) и

- при контроле результатов самостоятельной работы студентов: контроль самостоятельной работы осуществляется на занятиях семинарского типа

4.1.2. Зачет проводится с применением следующих методов (средств):

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета. Зачет проводится посредством устного ответа на вопросы зачета.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости

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 имиджологии.
4. Ветви имиджологии.

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 имиджологии.
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»

4.3 Оценочные средства для промежуточной аттестации

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования.

| Код компетенции | Наименование компетенции | Код этапа освоения компетенции | Наименование этапа освоения компетенции |
|-----------------|--|--------------------------------|---|
| ПК-11 | Владение основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения. | ПК-11 | -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. |

| Этап освоения компетенции | Показатель оценивания | Критерий оценивания |
|--|--|--|
| Способность к овладению основными технологиями формирования имиджа государственной и | Ориентируется в теоретических основах формирования имиджа Демонстрирует перед группой самопрезентацию | Участие в разработке информационно-коммуникационного сопровождения |

| | | |
|---|--|--|
| муниципальной службы | | имиджевых программ. |
| Способность к анализу информационных потоков между органами власти и ключевыми группами общественности; | Выступает с презентациями по результатам изучения отдельных тем программы Участует в обсуждении выступлений одноклассников Обсуждают телепрограммы с участием видных политиков | Участие в процедуре тестирования по темам программы Демонстрируют осмысленное изучение самостоятельного материала Адекватно применяет групповые методы взаимодействия |
| Способность к формированию практических навыков разработки и реализации проектов и программ в сфере связей с общественностью; | Демонстрирует схемы формирования общественного мнения и настроения. Использует навыки разработки PR-проектов, | Анализирует коммуникационные процессы в обществе, организации и разрабатывает предложения по повышению их эффективности. Демонстрирует осмысленное получение теоретических основ программы и применяет их в практической деятельности |

4.3.2. Типовые оценочные средства

Вопросы для проведения зачета

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 сопровождение 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.

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».

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.

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», ВФ РАНХиГС, Воронеж, 2016 (6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы).

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 «Имиджелогия» 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. Иные источники

1. Электронно-библиотечная система «Лань».
2. Электронная библиотечная система «Юрайт».
3. Электронно-библиотечная система «IPRbooks».

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 качестве информационных справочных систем используются «Консультант Плюс» и «Гарант».

В учебном процессе используются следующие программные продукты: Microsoft Windows XP SP3, Windows 7, Microsoft Office 2007, Kaspersky Endpoint Security, Microsoft Project 2016, Business Studio.