

Аннотация по дисциплине Б.1.В.ДВ.09.02 «ИМИДЖ РЕГИОНА»

Объем трудоемкости: 3 зачетных единицы (108 часов, из них – контактных 58,2 часа, в том числе 54 часа аудиторной нагрузки: лекционных 18 ч., практических 36 ч.; 4 часов КСР; 0,2 часа ИКР; 49,8 часов самостоятельной работы, зачет)

Цель освоения дисциплины

Цель дисциплины – формирование системных представлений о структуре и технологиях формирования имиджа региона, умений и навыков анализа, конструирования и продвижения имиджа региона.

Задачи дисциплины:

- формирование знаний о структуре имиджа региона, основных методах и технологиях диагностики и проектирования; влияния на общественное мнение;
- развитие у бакалавров умений проектировать и продвигать имидж региона на практике;
- формирование и развитие навыков использования инструментария изучения имиджа региона и технологий его конструирования и продвижения.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Имидж региона» Б1.6.ДВ.09.02 относится к дисциплинам по выбору профессиональной подготовки ООП бакалавриата Государственное и муниципальное управление (38.03.04), профиль «Управление в сфере межрегиональных и межгосударственных связей» и ориентирована на получение студентами знаний, умений и навыков в области структуры, методов и технологий формирования имиджа государства. Дисциплина находится в логической и содержательно-методической взаимосвязи с другими частями ООП и базируется на знаниях, полученных при изучении дисциплин общенаучного и профессионального цикла, таких как Политология, Социология, Основы государственного и муниципального управления, Социальная психология, Основы маркетинга, Территориальный маркетинг. Полученные в процессе обучения знания могут быть использованы при изучении таких дисциплин, как Менеджмент PR в государственном и муниципальном управлении, Политика идентичности, Управление проектами, Исследование социально-экономических и политических процессов.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ПК-11

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ПК-11	Владением основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и	Знать структуру имиджа региона, комплекс факторов его формирования, иметь	Уметь проектировать и продвигать имидж региона, используя при этом каналы влияния на	Владеть базовыми технологиями и методами изучения имиджа региона и

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
		муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения.	представление об основных технологиях формирования имиджа региона	общественное мнение	технологиями его конструирования и продвижения, навыками осуществления их обоснованного выбора и оценки эффективности применения.

Основные разделы дисциплины

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 5 семестре (очная форма)

№ раздела	Наименование раздела	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Теоретические основы анализа, проектирования и продвижения имиджа региона	10	2	4		4
2	Структура и типы имиджей региона	10	2	4		4
3	Комплекс факторов, влияющих на имидж региона	16	2	6		8
4	Технологии и методы анализа имиджа региона	12	2	4		6
5.	Технологии и методы проектирования и продвижения имиджа региона	16	4	6		6
6.	Имиджевая политика: возможности на региональном уровне	12	2	4		6
7.	Имидж российских регионов: структура, факторы, технологии проектирования и продвижения	16	4	4		8
8.	Презентация итоговых проектов	11,8		4		7,8
	КСР	4				
	ИКР	0,2				
	ИТОГО	108	18	36		49,8

Курсовые проекты или работы: не предусмотрены

Вид аттестации: зачет.

Основная литература

Горчакова, В.Г. Имидж. Искусство и реальность : учебное пособие /

В.Г. Горчакова. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 279 с. : ил., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01930-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115024>

Протасова, О.Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества : учебное пособие / О.Л. Протасова, Э.В. Бикбаева, М.Д. Наумова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Тамбовский государственный технический университет». - Тамбов : Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2015. - 83 с. - Библ. в кн. - ISBN 978-5-8265-1383-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445035>

Ушакова, Наталья Владимировна. Имиджелогия [Текст] : учебное пособие / Н. В. Ушакова, А. Ф. Стрижова. - 2-е изд., испр. - М. : Дашков и К°, 2012. - 278 с. : ил. - Библиогр. : с. 269-278. - ISBN 9785394010866

Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов / Чумиков, А.Н. - М. : Аспект Пресс, 2016. - 159 с. - <https://e.lanbook.com/book/97267>

Автор РПД – доктор философских наук, профессор Морозова Е.В.