

Аннотация по дисциплине Б1.В.ДВ.09.01 «ИМИДЖ ГОСУДАРСТВА»

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 государства, умений и навыков анализа, конструирования и продвижения имиджа государства.

Задачи дисциплины:

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

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Имидж государства» Б1.В.ДВ.09.01 относится к дисциплинам по выбору профессиональной подготовки ООП бакалавриата Государственное и муниципальное управление (38.03.04), профиль «Государственная политика и публичное управление» 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.

Требования к уровню освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ПК-11 Владением основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения.

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

№ 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	Знать структуру имиджа	Уметь проектировать и продвигать	Владеть базовыми технологиями

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
		формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения.	государства, комплекс факторов его формирования, иметь представление об основных технологиях формирования имиджа государства	имидж государства, используя при этом каналы влияния на общественное мнение	методами изучения имиджа государства и 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 государства.	10	2	4		4
2	Структура и типы имиджей государства.	10	2	4		4
3	Комплекс факторов, влияющих на имидж государства.	16	2	6		8
4	Технологии и методы анализа имиджа государства	12	2	4		6
5.	Технологии и методы проектирования и продвижения имиджа государства	16	4	6		6
6.	Имиджевая политика государства	12	2	4		6
7.	Имидж России: 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: 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. - Библи. 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. Имиджология [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.