

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования  
**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**  
(Финансовый университет)

**Кафедра массовых коммуникаций и медиабизнеса  
Факультет социальных наук и массовых коммуникаций**

Документ подписан усиленной неквалифицированной электронной подписью  
Организация: Финансовый университет при Правительстве РФ  
Утверждено: Проректор по учебной и методической работе Е.А. Каменева  
Сертификат: yP4S8hD5iNIL5vbSYdmPkmhXoVC0ycz4  
Дата: 19.03.2025 г.

**И. В. Еременко**

**Имиджмейкинг и технологии управления репутацией в  
социальных сетях**

**Рабочая программа дисциплины**

для студентов, обучающихся по направлению подготовки

42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Образовательная программа:

Реклама и связи с общественностью

Профиль

Интегрированные коммуникации

*Рекомендовано*

*Факультет социальных наук и массовых коммуникаций*

*(протокол №52 от 23.04.2025)*

*Одобрено*

*Кафедра массовых коммуникаций и медиабизнеса*

*(протокол №09 от 09.04.2025)*

**Москва 2025**

## Содержание

| Наименование разделов РПД |                                                                                                                                                                                   | Стр. |
|---------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 1.                        | Наименование дисциплины                                                                                                                                                           | 5    |
| 2.                        | Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине | 5    |
| 3.                        | Место дисциплины в структуре образовательной программы                                                                                                                            | 7    |
| 4.                        | Объем дисциплины(модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся                       | 7    |
| 5.                        | Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий                                    | 7    |
| 5.1.                      | Содержание дисциплины                                                                                                                                                             | 7    |
| 5.2.                      | Учебно-тематический план                                                                                                                                                          | 13   |
| 5.3.                      | Содержание семинаров, практических занятий                                                                                                                                        | 15   |
| 6.                        | Перечень учебно-методического обеспечения для                                                                                                                                     | 24   |

|      |                                                                                                                                                                                     |    |
|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
|      | самостоятельной работы обучающихся по дисциплине                                                                                                                                    |    |
| 6.1. | Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы                                                                     | 24 |
| 6.2. | Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю                                                                                                                  | 28 |
| 7.   | Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине                                                                                            | 29 |
| 8.   | Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины                                                                                          | 34 |
| 9.   | Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины                                                                           | 35 |
| 10.  | Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины                                                                                                                        | 36 |
| 11.  | Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных | 36 |

|     |                                                                                                              |    |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
|     | справочных систем                                                                                            |    |
| 12. | Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине | 37 |

## 1. Наименование дисциплины

«Имиджмейкинг и технологии управления репутацией в социальных сетях».

## 2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

| Код компетенции | Наименование компетенции                                                                                                                                    | Индикатор достижения компетенции                                                                 | Результаты обучения                                                                                                                                                                                  |
|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПКП-3           | Способность обосновывать коммуникационную и экономическую эффективность в выборе ключевых активностей при реализации стратегии интегрированных коммуникаций | 1.<br><br>Рассчитывает потребность и доступность ресурсов для коммуникационных активностей       | <b>Знать:</b> потребность и доступность ресурсов для коммуникационных активностей<br><b>Уметь:</b> рассчитать потребность и доступность ресурсов для коммуникационных активностей                    |
|                 |                                                                                                                                                             | Предлагает способы организации производства и распространения пакетов коммуникационной продукции | <b>Знать:</b> способы организации производства и пакеты коммуникационной продукции<br><b>Уметь:</b> предложить способы организации производства и распространения пакетов коммуникационной продукции |
|                 |                                                                                                                                                             | Организует программы и проекты для системы                                                       | <b>Знать:</b> проекты и программы для системы интегрированн                                                                                                                                          |

|       |                                                                                                                                          |                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                        |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|       |                                                                                                                                          | интегрированн<br>ых<br>коммуникаций                                                                         | ых<br>коммуникаций<br><b>Уметь:</b><br>организовывать<br>программы и<br>проекты для<br>системы<br>интегрированн<br>ых<br>коммуникаций                                                                                                  |
| ПКП-5 | Способность<br>управлять<br>рисками<br>коммуникацион<br>ной<br>деятельности и<br>измерять<br>эффекты<br>интегрированно<br>й коммуникации | Планирует<br>работу по<br>минимизации<br>рисков в<br>коммуникациях<br>организации-<br>объекта               | <b>Знать:</b> риски в<br>коммуникациях<br>организации-<br>объекта и<br>способы<br>минимизации<br>рисков<br><b>Уметь:</b><br>планировать<br>работу по<br>минимизации<br>рисков в<br>коммуникациях<br>организации-<br>объекта            |
|       |                                                                                                                                          | Осуществляет<br>подготовку к<br>антикризисному<br>реагированию                                              | <b>Знать:</b> способы<br>антикризисного<br>реагирования<br><b>Уметь:</b><br>осуществить<br>подготовку к<br>антикризисному<br>реагированию                                                                                              |
|       |                                                                                                                                          | Анализирует<br>финансовые и<br>нефинансовые<br>показатели<br>системы<br>интегрированн<br>ых<br>коммуникаций | <b>Знать:</b><br>финансовые и<br>нефинансовые<br>показатели<br>системы<br>интегрированн<br>ых<br>коммуникаций<br><b>Уметь:</b><br>проводить<br>анализ<br>финансовых и<br>нефинансовых<br>показателей<br>системы<br>интегрированн<br>ых |

|  |  |  |              |
|--|--|--|--------------|
|  |  |  | коммуникаций |
|--|--|--|--------------|

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Имиджмейкинг и технологии управления репутацией в социальных сетях» относится к «Модулю "Стратегические коммуникации"»

### 4. Объем дисциплины(модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

Очная форма обучения

| <b>Вид учебной работы по дисциплине</b>       | <b>Всего (в з/е и часах)</b> | <b>Семестр 6 (в часах)</b> |
|-----------------------------------------------|------------------------------|----------------------------|
| <b>Общая трудоемкость дисциплины</b>          | <b>3/108</b>                 | <b>108</b>                 |
| <b>Контактная работа - Аудиторные занятия</b> | <b>26</b>                    | <b>26</b>                  |
| <i>Лекции</i>                                 | 12                           | 12                         |
| <i>Семинары, практические занятия</i>         | 14                           | 14                         |
| <b>Самостоятельная работа</b>                 | 82                           | 82                         |
| Вид текущего контроля                         | Контрольная работа;          | Контрольная работа         |
| Вид промежуточной аттестации                  | Зачет;                       | Зачет                      |

### 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

#### 5.1. Содержание дисциплины

## **Тема 1. Имиджелогия: сущность и специфика. Теоретические основания имиджа и закономерности формирования имиджа.**

Истоки имиджелогии. Имиджелогия - отрасль современного человековедения. Определение понятия имиджелогии, образа, облика. Имидж и маска. Компоненты имиджа личности. Основные условия формирования имиджа. "Я-концепция". Имидж-эффект. Имидж и символ. Разновидности имиджа. Обаяние-"личностное сияние". Слагаемые привлекательности. Специфика эффекта "личного обаяния". Человек - конструктор своего имиджа.

Принципы имиджелогии. Приоритетные функции имиджа (ценностные, технологические). Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа. Роль механизмов социально-психологического влияния в процессе формирования имиджа. Этические проблемы деятельности имиджмейкера по формированию имиджа клиента.

Потребности как психологические предпосылки возникновения индустрии имиджа. Коммуникационная модель формирования имиджа. Каналы передачи информации. Тройственное понимание субъекта имиджа: субъект воспринимающий (аудитория), субъект транслирующий (прообраз) и субъект формирующий (имиджмейкер). Формирование имиджа как субъект-субъектное взаимодействие. Формирование имиджа как создание социальной реальности в сознании людей. Общественное мнение общественное сознание. Когнитивные процессы в основе формирования имиджа. Социальные стереотипы и установки. Значение и личностный смысл. Семиотические процессы формирования имиджа. Психологический механизм принятия информации (феномен когнитивного равновесия). Виды психологической защиты, блокирующие информационное воздействие. Эффекты межличностного восприятия. Ошибки восприятия: их предупреждение и преодоление.

Содержание профессиональной деятельности имиджмейкера как специалиста в сфере прикладной имиджелогии. Диагност. Креатор. Коммуникатор. Модератор. Медиатор. Фасилитатор. Аттрактор. Программа работы имиджмейкера в консалтинговой сфере. Концептуальный подход. Роль и функции имиджмейкера в работе с



личностью. Методы работы имиджмейкера в консалтинговой сфере (Метод экспрессии. Метод интроспективного анализа. Рефлексивный тренинг. Метод по развитию творческого самочувствия. Ортобиотический тренинг. Активные групповые методы. Поведенческий тренинг и т.д.).

## **Тема 2. Технологии построения имиджа**

Имиджевая коммуникация: особенности, структура, этапы. Виды информации

и каналы ее распространения, существенные для построения имиджа. Психология восприятия прямой и косвенной имиджформирующей информации. Барьеры восприятия имиджеформирующей информации.

Инструментарий имиджеологии. Позиционирование как основная стратегия построения имиджа. Социальные эффекты восприятия имиджа. Мифы и символы в имиджелогии. Формирование мнения: сознательная и бессознательная компоненты. Основные принципы и этапы формирования имиджа. Современные технологии создания имиджа. Формы и виды коммуникативных презентаций. Публичная презентация для продвижения имиджа. Формирование имиджа с помощью стиля общения и эффективного взаимодействия. Влияние внешнего вида делового человека на взаимоотношения.

Проблемы управления массовым сознанием и поведением в работе имиджмейкера. Общественное настроение и социальный стереотип. Психология превращения информации в мнение. Стихийное и целенаправленное формирование имиджа. Приемы создания имидж эффекта (использование фасцинации, аттракции и др.). Роль средств массовой информации в создании эффективного имиджа. Профессиональная этика имиджмейкера и проблемы, связанные с ее нарушением.

## **Тема 3. Создание вербального, визуального и кинетического имиджа**

Имидж человека: ведущие типы и элементы. Психология восприятия прямой и косвенной имидж формирующей информации. Знак имиджа: положительный или отрицательный? Виды имиджа: личностный и профессиональный. Элементы личностного имиджа: средовый, габитарный, вербальный, кинетический, овеществленный.

Создание вербального и кинетического имиджа. Речевое общение добавляет ценность имиджевому образ. Средства вербального имиджа. Речевые средства общения. Слушание в межличностном общении. Обратная связь в деловом взаимодействии. Вопросы и ответы в деловом взаимодействии. Невербальные средства делового взаимодействия. Основные каналы невербальной коммуникации. Инструменты письменной коммуникативной презентации.

Визуальный имидж делового человека. Влияние внешнего вида делового человека на взаимоотношения. Особенности гардероба мужчин и женщин и стратегии успеха. Деловой костюм мужчины. Внешний облик деловых женщин. Традиционные классические стили имиджа делового человека. Основные элементы эффективного имиджа делового человека. Техники создания положительного визуального образа. Выбор деловой одежды.

Социально-психологические закономерности формирования имиджа человека в СМИ. Имидж «публичной персоны». Имидж политического деятеля как прикладная проблема современной науки.

#### **Тема 4. Политическая имиджелогия. Типы имиджей в различных областях человеческой деятельности.**

Специфика имиджа в государственном управлении и дипломатии. Имидж в связях с общественностью. Имидж в искусстве и шоу-бизнесе. Имидж в рекламе. Инструментарии личного контакта в различных типах имиджа. Средства паблик рилейшнз в методиках формирования различных типов имиджа.

Имидж в политике: иллюзии и реальность. Политический паблик рилейшнз и проблема создания имиджа в политике. Символизация политики и образы власти. Предвыборные технологии и проблема манипулирования общественным мнением. Коммуникативный заряд предвыборных обещаний. Типовые алгоритмы формирования

политического имиджа. Роль внешнего облика политика в восприятии его политического имиджа. Особенности восприятия политического имиджа.

### **Тема 5. Технологии построения имиджа политического лидера.**

Элементы политического имиджа. Политик как символ и актер. Имидж лидера на политическом и неполитическом фоне. Выбор модели поведения. Внешность лидера. Власть как «право на речь» (риторика власти). Типы речевого поведения лидеров различного типа (монархического, «харизматического», фашистского и т.д.).

Построение образа лидера с помощью кинетических элементов.

### **Тема 6. Имидж и репутация политических институтов**

Имидж и репутация как политический и управленческий ресурс: цели и задачи коммуникации власти и общества. Имидж и репутация органа государственной власти: понятие, основные характеристики, структура и функции. Особенности восприятия органов государственной власти в России и актуальные проблемы формирования позитивного имиджа органов государственной власти. Технологии формирования имиджа органа государственной власти. Разработка и планирование имиджевых PR-кампаний органа государственной власти. Имидж политических партий и общественных объединений. Имидж ведущих партий России как научно-прикладная область, проблемы и перспективы формирования имиджа политических партий в России.

### **Тема 7. Имидж государства. Проблемы формирования имиджа России.**

Имидж государства и его составляющие. Особенности восприятия внутреннего и внешнего имиджа страны. Социально-психологические функции имиджа страны. Внутренний имидж страны и его роль в формировании патриотизма, этнической толерантности, социального самочувствия населения и др. социально-психологических характеристик населения. Роль СМИ в формировании имиджа страны в массовом сознании.

Специфика современного имиджа России в сравнении с имиджем других стран. Психологические подходы и методы психодиагностики имиджа страны как динамичной системы.

Имидж Российской Федерации и его влияние на предприятия. Государство и корпоративные интересы. Имидж современной России на международной арене. Российская Федерация и отождествление ее с образами и символами прошлого и настоящего.

Эволюция приемов по построению имиджа в России. Выборы в Государственную думу. Президентские кампании: 1996 г., 2000 г., 2004г., 2008 г. Политические имиджевые кампании в России в 1991-2008 гг.

#### **Тема 8. Территориальный имидж. Имидж российских регионов.**

Понятий «имидж территория». Теоретико-прикладные подходы к определению понятия «имидж территории»: психологический, семиотико-геософский, маркетинговый. «Имидж территории», «репутация», «бренд». Алгоритм и этапы создания имиджа территории и управления им. Операционализация категории «имидж территории» по ключевым параметрам для каждой целевой группы. Классификации категории «целостного» имиджа территории. Имидж российских регионов: учет истории региона, его экономического и интеллектуального потенциала. Особенности имиджа городов, территорий, регионов России.

#### **Тема 9. Защита деловой репутации и корпоративного имиджа.**

Основные источники угроз для благоприятного имиджа и репутации организации. Антикризисный мониторинг. Конкурентная война и репутация. Информационные войны. Типы кризисов: рыночный, технологический, управленческий, организационный, форс-мажорный и т.д.

Репутационный кризис: способы и методы его преодоления. Управление кризисами и антикризисное управление. Маркетинговые, PR и рекламные коммуникации в антикризисных технологиях: роль, место и функции. Функции PR-служб в кризисных

ситуациях. Оценка кризисной ситуации, причин, факторов и хронологии кризиса, определение участников, ролей, целей и мотивов. Анализ социально-экономической и политической составляющих кризиса. Программы по преодолению репутационного кризиса. Право на защиту деловой репутации. Судебный и внесудебный порядок защиты деловой репутации. Защита деловой репутации в суде. Возмещение убытков и компенсация морального вреда.

## 5.2. Учебно-тематический план

### Очная форма обучения

| № п/п | Наименование тем(разделов) дисциплины                                                                   | Трудоемкость в часах |                                          |        |                                   |                        |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|------------------------------------------|--------|-----------------------------------|------------------------|
|       |                                                                                                         | Всего                | Контактная работа -<br>Аудиторная работа |        | Семинары,<br>практические занятия | Самостоятельная работа |
|       |                                                                                                         |                      | Общая, в т.ч.:                           | Лекции |                                   |                        |
| 1     | Имиджелогия: сущность и специфика. Теоретические основания имиджа и закономерности формирования имиджа. | 12                   | 4                                        | 2      | 2                                 | 8                      |
| 2     | Технологии построения имиджа                                                                            | 14                   | 4                                        | 2      | 2                                 | 10                     |
| 3     | Создание вербаль                                                                                        | 14                   | 4                                        | 2      | 2                                 | 10                     |

|   |                                                                                        |    |   |   |   |    |
|---|----------------------------------------------------------------------------------------|----|---|---|---|----|
|   | ного, визуального и кинетического имиджа                                               |    |   |   |   |    |
| 4 | Политическая имиджелогия. Типы имиджей в различных областях человеческой деятельности. | 13 | 3 | 1 | 2 | 10 |
| 5 | Технологии построения имиджа политического лидера.                                     | 13 | 3 | 1 | 2 | 10 |
| 6 | Имидж и репутация политических институтов                                              | 10 | 2 | 1 | 1 | 8  |
| 7 | Имидж государства. Проблемы формирования имиджа России.                                | 12 | 2 | 1 | 1 | 10 |
| 8 | Территориальный                                                                        | 10 | 2 | 1 | 1 | 8  |

|   |                                                                       |     |    |    |    |    |
|---|-----------------------------------------------------------------------|-----|----|----|----|----|
|   | имидж.<br>Имидж<br>российс<br>ких<br>регионо<br>в.                    |     |    |    |    |    |
| 9 | Защита<br>деловой<br>репутац<br>ии и<br>корпора<br>тивного<br>имиджа. | 10  | 2  | 1  | 1  | 8  |
|   | Итого                                                                 | 108 | 26 | 12 | 14 | 82 |

### 5.3. Содержание семинаров, практических занятий

| Наименование тем<br>(разделов)<br>дисциплины                                                                                 | Перечень вопросов<br>для обсуждения на<br>семинарах,<br>практических<br>занятиях                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Формы проведения<br>занятий                                                               |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| Имиджелогия:<br>сущность и<br>специфика.<br>Теоретические<br>основания имиджа и<br>закономерности<br>формирования<br>имиджа. | Истоки имиджелогии.<br>Определение понятия<br>имиджелогии, образа,<br>облика.<br>Компоненты имиджа<br>личности.<br>Основные условия<br>формирования<br>имиджа.<br>"Я-концепция".<br>Имидж-эффект.<br>Имидж и символ.<br>Разновидности<br>имиджа.<br>Принципы<br>имиджелогии.<br>Приоритетные<br>функции имиджа<br>(ценностные,<br>технологические).<br>Социально-<br>психологические<br>закономерности<br>формирования и<br>функционирования<br>имиджа.<br>Роль механизмов | Дискуссия,<br>письменная работа,<br>ролевая игра, кейс-<br>стади, собеседование,<br>тесты |

|                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                        |
|------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
|                              | <p>социально-психологического влияния в процессе формирования имиджа.</p> <p>Этические проблемы деятельности имиджмейкера по формированию имиджа клиента.</p> <p>Коммуникационная модель формирования имиджа.</p> <p>Каналы передачи информации.</p> <p>Тройственное понимание субъекта имиджа.</p> <p>Формирование имиджа как субъект - субъектное</p> <p>Когнитивные процессы в основе формирования имиджа.</p> <p>Семиотические процессы формирования имиджа.</p> <p>Содержание профессиональной деятельности имиджмейкера как специалиста в сфере прикладной имиджелогии.</p> <p>Роль и функции имиджмейкера в работе с личностью.</p> <p>Методы работы имиджмейкера в консалтинговой сфере.</p> |                                                                        |
| Технологии построения имиджа | Имиджевая коммуникация: особенности, структура, этапы.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Дискуссия, письменная работа, ролевая игра, кейс-стади, собеседование, |



|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |       |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
|  | <p>Виды информации и каналы ее распространения, существенные для построения имиджа.</p> <p>Психология восприятия прямой и косвенной имиджформирующей информации.</p> <p>Барьеры восприятия имиджеформирующей информации.</p> <p>Инструментарий имиджеологии.</p> <p>Позиционирование как основная стратегия построения имиджа.</p> <p>Социальные эффекты восприятия имиджа.</p> <p>Мифы и символы в имиджелогии.</p> <p>Формирование мнения: сознательная и бессознательная компоненты.</p> <p>Основные принципы и этапы формирования имиджа.</p> <p>Современные технологии создания имиджа.</p> <p>Формы и виды коммуникативных презентаций.</p> <p>Публичная презентация для продвижения имиджа.</p> <p>Формирование имиджа с помощью стиля общения и эффективного взаимодействия.</p> <p>Влияние внешнего вида делового человека на взаимоотношения.</p> <p>Проблемы управления массовым сознанием и</p> | тесты |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|

|                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                     |
|----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                          | <p>поведением в работе имиджмейкера.</p> <p>Общественное настроение и социальный стереотип.</p> <p>Психология превращения информации в мнение.</p> <p>Стихийное и целенаправленное формирование имиджа. Приемы создания имидж эффекта.</p> <p>Роль средств массовой информации в создании эффективного имиджа.</p> <p>Профессиональная этика имиджмейкера и проблемы, связанные с ее нарушением.</p>                    |                                                                                     |
| Создание вербального, визуального и кинетического имиджа | <p>Имидж человека: ведущие типы и элементы.</p> <p>Знак имиджа: положительный или отрицательный?</p> <p>Виды имиджа: личностный и профессиональный.</p> <p>Элементы личностного имиджа (средовый, габитарный, вербальный, кинетический, овеществленный).</p> <p>Создание вербального и кинетического имиджа. Средства вербального имиджа.</p> <p>Речевые средства общения.</p> <p>Слушание в межличностном общении.</p> | <p>Дискуссия, письменная работа, ролевая игра, кейс-стади, собеседование, тесты</p> |

|                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                               | <p>Обратная связь в деловом взаимодействии</p> <p>Невербальные средства делового взаимодействия.</p> <p>Визуальный имидж делового человека.</p> <p>Влияние внешнего вида делового человека на взаимоотношения.</p> <p>Техники создания положительного визуального образа.</p> <p>Социально-психологические закономерности формирования имиджа человека в СМИ.</p> <p>Имидж «публичной персоны».</p> <p>Имидж политического деятеля как прикладная проблема современной науки.</p> |                                                                                     |
| <p>Политическая имиджелогия. Типы имиджей в различных областях человеческой деятельности.</p> | <p>Специфика имиджа в государственном управлении и дипломатии.</p> <p>Имидж в связях с общественностью.</p> <p>Имидж в искусстве и шоу-бизнесе.</p> <p>Имидж в рекламе.</p> <p>Инструментарии личного контакта в различных типах имиджа.</p> <p>Средства паблик рилейшнз в методиках формирования различных типов имиджа.</p> <p>Имидж в политике.</p> <p>Политический паблик рилейшнз и проблема создания имиджа в политике.</p>                                                 | <p>Дискуссия, письменная работа, ролевая игра, кейс-стади, собеседование, тесты</p> |

|                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                              |
|----------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|
|                                                    | <p>Символизация политики и образы власти.</p> <p>Предвыборные технологии и проблема манипулирования общественным мнением.</p> <p>Коммуникативный заряд предвыборных обещаний.</p> <p>Типовые алгоритмы формирования политического имиджа.</p> <p>Особенности восприятия политического имиджа.</p>                                                                                                      |                                                                              |
| Технологии построения имиджа политического лидера. | <p>Элементы политического имиджа.</p> <p>Политик как символ и актер.</p> <p>Имидж лидера на политическом и неполитическом фоне.</p> <p>Выбор модели поведения.</p> <p>Внешность лидера.</p> <p>Риторика власти.</p> <p>Типы речевого поведения лидеров различного типа (монархического, «харизматического», фашистского и т.д.).</p> <p>Построение образа лидера с помощью кинетических элементов.</p> | Дискуссия, письменная работа, ролевая игра, кейс-стади, собеседование, тесты |
| Имидж и репутация политических институтов          | <p>Имидж и репутация как политический и управленческий ресурс.</p> <p>Цели и задачи коммуникации власти и общества.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                | Дискуссия, письменная работа, ролевая игра, кейс-стади, собеседование, тесты |

|                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                       | <p>Имидж и репутация органа государственной власти: понятие, основные характеристики, структура и функции. Особенности восприятия органов государственной власти в России и актуальные проблемы формирования позитивного имиджа органов государственной власти.</p> <p>Технологии формирования имиджа органа государственной власти.</p> <p>Разработка и планирование имиджевых PR-кампаний органа государственной власти.</p> <p>Имидж политических партий и общественных объединений.</p> <p>Имидж ведущих партий России.</p> <p>Проблемы и перспективы формирования имиджа политических партий в России.</p> |                                                                                     |
| <p>Имидж государства.</p> <p>Проблемы формирования имиджа России.</p> | <p>Имидж государства и его составляющие.</p> <p>Особенности восприятия внутреннего и внешнего имиджа страны.</p> <p>Социально-психологические функции имиджа страны.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <p>Дискуссия, письменная работа, ролевая игра, кейс-стади, собеседование, тесты</p> |

|                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                     |
|---------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                   | <p>Роль СМИ в формировании имиджа страны в массовом сознании. Специфика современного имиджа России в сравнении с имиджем других стран.</p> <p>Психологические подходы и методы психодиагностики имиджа страны как динамичной системы. Имидж Российской Федерации и его влияние на предприятия. Государство и корпоративные интересы. Имидж современной России на международной арене.</p> <p>Российская Федерация и отождествление ее с образами и символами прошлого и настоящего. Эволюция приемов по построению имиджа в России. Выборы в Государственную думу. Президентские кампании: 1996 г., 2000 г., 2004г., 2008 г. Политические имиджевые кампании в России в 1991-2008 гг.</p> |                                                                                     |
| Территориальный имидж. Имидж российских регионов. | <p>Понятий «имидж территория».</p> <p>Теоретико-прикладные подходы к определению понятия «имидж территории»: психологический, семиотико-</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <p>Дискуссия, письменная работа, ролевая игра, кейс-стади, собеседование, тесты</p> |

|                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                     |
|----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                          | <p>геософский, маркетинговый.</p> <p>«Имидж территории», «репутация», «бренд».</p> <p>Алгоритм и этапы создания имиджа территории и управления им.</p> <p>Операционализация категории «имидж территории» по ключевым параметрам для каждой целевой группы.</p> <p>Классификации категории «целостного» имиджа территории.</p> <p>Имидж российских регионов: учет истории региона, его экономического и интеллектуального потенциала.</p> <p>Особенности имиджа городов, территорий, регионов России.</p> |                                                                                     |
| <p>Защита деловой репутации и корпоративного имиджа.</p> | <p>Основные источники угроз для благоприятного имиджа и репутации организации.</p> <p>Антикризисный мониторинг.</p> <p>Конкурентная война и репутация.</p> <p>Информационные войны. Типы кризисов (рыночный, технологический, управленческий, организационный, форс-мажорный и т.д.).</p> <p>Репутационный кризис: способы и методы его преодоления.</p> <p>Маркетинговые, PR и рекламные</p>                                                                                                            | <p>Дискуссия, письменная работа, ролевая игра, кейс-стади, собеседование, тесты</p> |

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |  |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  | <p>коммуникации в антикризисных технологиях: роль, место и функции. Функции PR-служб в кризисных ситуациях. Программы по преодолению репутационного кризиса. Право на защиту деловой репутации. Судебный и внесудебный порядок защиты деловой репутации. Защита деловой репутации в суде. Возмещение убытков и компенсация морального вреда.</p> |  |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

## 6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

### 6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

| Наименование тем (разделов) дисциплины                                                                         | Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение                                                                                                                                                    | Формы внеаудиторной самостоятельной работы                                                                                                                                  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Имиджелогия: сущность и специфика. Теоретические основания имиджа и закономерности формирования имиджа.</p> | <p>Содержание профессиональной деятельности имиджмейкера как специалиста в сфере прикладной имиджелогии. Диагност. Креатор. Коммуникатор. Модератор. Медиатор. Фасилитатор. Аттрактор. Программа работы</p> | <p>Работа с конспектом и слайдами лекции/семинара; составление плана и тезисов ответа; составление ответов на контрольные вопросы; работа со словарями и справочниками.</p> |



|                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                 |
|----------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                      | <p>имиджмейкера в<br/>консалтинговой<br/>сфере.<br/>Концептуальный<br/>подход. Роль и<br/>функции<br/>имиджмейкера в<br/>работе с личностью.<br/>Методы работы<br/>имиджмейкера в<br/>консалтинговой<br/>сфере.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                 |
| Технологии<br>построения имиджа                                      | <p>Проблемы<br/>управления массовым<br/>сознанием и<br/>поведением в работе<br/>имиджмейкера.<br/>Общественное<br/>настроение и<br/>социальный<br/>стереотип.<br/>Психология<br/>превращения<br/>информации в мнение.<br/>Стихийное и<br/>целенаправленное<br/>формирование<br/>имиджа. Приемы<br/>создания имидж<br/>эффекта<br/>(использование<br/>фасцинации,<br/>аттракции и др.). Роль<br/>средств массовой<br/>информации в<br/>создании<br/>эффективного<br/>имиджа.<br/>Профессиональная<br/>этика имиджмейкера<br/>и проблемы,<br/>связанные с ее<br/>нарушением</p> | <p>Работа с конспектом и<br/>слайдами<br/>лекции/семинара;<br/>составление плана и<br/>тезисов ответа;<br/>составление ответов<br/>на контрольные<br/>вопросы; работа со<br/>словарями и<br/>справочниками.</p> |
| Создание<br>вербального,<br>визуального и<br>кинетического<br>имиджа | <p>Основные элементы<br/>эффективного имиджа<br/>делового человека.<br/>Техники создания<br/>положительного<br/>визуального образа.<br/>Выбор деловой</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <p>Работа с конспектом и<br/>слайдами<br/>лекции/семинара;<br/>составление плана и<br/>тезисов ответа;<br/>составление ответов<br/>на контрольные</p>                                                           |

|                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                      |
|----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                        | одежды. Социально-психологические закономерности формирования имиджа человека в СМИ. Имидж «публичной персоны». Имидж политического деятеля как прикладная проблема современной науки.                                                                                                                                            | вопросы; работа со словарями и справочниками.                                                                                                                        |
| Политическая имиджелогия. Типы имиджей в различных областях человеческой деятельности. | Символизация политики и образы власти. Предвыборные технологии и проблема манипулирования общественным мнением. Коммуникативный заряд предвыборных обещаний. Типовые алгоритмы формирования политического имиджа. Роль внешнего облика политика в восприятии его политического имиджа. Особенности восприятия политического имидж | Работа с конспектом и слайдами лекции/семинара; составление плана и тезисов ответа; составление ответов на контрольные вопросы; работа со словарями и справочниками. |
| Технологии построения имиджа политического лидера.                                     | Власть как «право на речь» (риторика власти). Типы речевого поведения лидеров различного типа (монархического, «харизматического», фашистского и т.д.). Построение образа лидера с помощью кинетических элементов.                                                                                                                | Работа с конспектом и слайдами лекции/семинара; составление плана и тезисов ответа; составление ответов на контрольные вопросы; работа со словарями и справочниками. |
| Имидж и репутация политических институтов                                              | Технологии формирования имиджа органа государственной власти. Разработка и                                                                                                                                                                                                                                                        | Работа с конспектом и слайдами лекции/семинара; составление плана и тезисов ответа;                                                                                  |

|                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                             |
|----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                | <p>планирование имиджевых PR-кампаний органа государственной власти Имидж политических партий и общественных объединений. Имидж ведущих партий России как научно-прикладная область, проблемы и перспективы формирования имиджа политических партий в России.</p>                                                                          | <p>составление ответов на контрольные вопросы; работа со словарями и справочниками.</p>                                                                                     |
| <p>Имидж государства. Проблемы формирования имиджа России.</p> | <p>Имидж Российской Федерации и его влияние на предприятия. Государство и корпоративные интересы. Имидж современной России на международной арене. Российская Федерация и отождествление ее с образами и символами прошлого и настоящего.</p>                                                                                              | <p>Работа с конспектом и слайдами лекции/семинара; составление плана и тезисов ответа; составление ответов на контрольные вопросы; работа со словарями и справочниками.</p> |
| <p>Территориальный имидж. Имидж российских регионов.</p>       | <p>Классификации категории «целостного» имиджа территории. Имидж российских регионов: учет истории региона, его экономического и интеллектуального потенциала. Особенности имиджа городов, территорий, регионов России. Судебный и внесудебный порядок защиты деловой репутации. Защита деловой репутации в суде. Возмещение убытков и</p> | <p>Работа с конспектом и слайдами лекции/семинара; составление плана и тезисов ответа; составление ответов на контрольные вопросы; работа со словарями и справочниками.</p> |

|                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                      |
|---------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                   | компенсация морального вреда.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                      |
| Защита деловой репутации и корпоративного имиджа. | Конкурентная война и репутация. Информационные войны. Типы кризисов (рыночный, технологический, управленческий, организационный, форс-мажорный и т.д.). Маркетинговые, PR и рекламные коммуникации в антикризисных технологиях: роль, место и функции. Функции PR-служб в кризисных ситуациях. Программы по преодолению репутационного кризиса. | Работа с конспектом и слайдами лекции/семинара; составление плана и тезисов ответа; составление ответов на контрольные вопросы; работа со словарями и справочниками. |

## 6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

1. Стратегии и тактики построения имиджа. Виды имиджирующей информации. Влияние подсознательной информации на возникновение имиджа. Прямая и косвенная информация о человеке.
2. Критерии выбора модели поведения. Роль как корректирующий фактор поведения. Социумы общения.
3. Модели поведения в официальном и неофициальном общении. Модели поведения активного и пассивного характера. Социально-психологические особенности конкретного социума и характер ситуации.
4. Имидж политика.
6. Имидж как составная часть культуры делового/дипломатического общения. Идеальный руководитель/государственный деятель.

7. Предпосылки возникновения индустрии имиджа.
8. Коммуникационная модель формирования имиджа. Каналы передачи информации в социальных сетях.
9. Общественное мнение общественное сознание. Когнитивные процессы в основе формирования имиджа. Социальные стереотипы и установки.
10. Семиотические процессы формирования имиджа. Психологический механизм принятия информации (феномен когнитивного равновесия).
11. Виды психологической защиты, блокирующие информационное воздействие.
12. Эффекты межличностного восприятия. Ошибки восприятия: их предупреждение и преодоление.
13. Подходы в маркетинге и менеджменте к созданию имиджа в социальных сетях.
14. Психологическое исследование потребительской аудитории. Анализ потребностей человека и мотивов потребителей. Рациональный и бессознательный компоненты образа.
15. Изучение стиля жизни потребителей и сегментирование рынка. Американская (VALS1, VALS2) и европейская системы сегментирования рынка.
16. Функциональные и психологические преимущества объекта и их использование при разработке имиджа товара.
17. Рекомендации по разработке товарного знака и слогана. Влияние цвета и формы на психическое состояние человека. Учет закономерностей памяти и внимания.

## **7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

Перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения в процессе освоения образовательной программы содержится в разделе 2.  
*Перечень планируемых результатов освоения образовательной*

*программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине.*

**Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний**

**ПКП-3 Способность обосновывать коммуникационную и экономическую эффективность в выборе ключевых активностей при реализации стратегии интегрированных коммуникаций**

**1) 1. Рассчитывает потребность и доступность ресурсов для коммуникационных активностей**

**Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции**

**Знать:** потребность и доступность ресурсов для коммуникационных активностей

**Уметь:** рассчитать потребность и доступность ресурсов для коммуникационных активностей

**Типовые контрольные задания**

Выбрать реализованную стратегию интегрированных коммуникаций и рассчитать потребность и доступность ресурсов для коммуникационных активностей

**2) Предлагает способы организации производства и распространения пакетов коммуникационной продукции**

**Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции**

**Знать:** способы организации производства и пакеты коммуникационной продукции

**Уметь:** предложить способы организации производства и распространения пакетов коммуникационной продукции

**Типовые контрольные задания**

выбрать способ организации определенного производства и проанализировать предложенные пакеты коммуникационной продукции, предложить свои варианты

### **3) Организует программы и проекты для системы интегрированных коммуникаций**

**Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции**

**Знать:** проекты и программы для системы интегрированных коммуникаций

**Уметь:** организовывать программы и проекты для системы интегрированных коммуникаций

**Типовые контрольные задания**

Проанализировать на выбор одну из программ и/или проектов для системы интегрированных коммуникаций

### **ПКП-5 Способность управлять рисками коммуникационной деятельности и измерять эффекты интегрированной коммуникации**

#### **1) Планирует работу по минимизации рисков в коммуникациях организации-объекта**

**Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции**

**Знать:** риски в коммуникациях организации-объекта и способы минимизации рисков

**Уметь:** планировать работу по минимизации рисков в коммуникациях организации-объекта

**Типовые контрольные задания**

Предложить новые виды работ по минимизации рисков в коммуникациях выбранной организации-объекта

#### **2) Осуществляет подготовку к антикризисному реагированию**

**Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции**

**Знать:** способы антикризисного реагирования

**Уметь:** осуществить подготовку к антикризисному реагированию

**Типовые контрольные задания**

Провести сравнительный анализ двух выбранных организаций-объектов и их подготовку к антикризисному реагированию

### **3) Анализирует финансовые и нефинансовые показатели системы интегрированных коммуникаций**

**Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции**

**Знать:** финансовые и нефинансовые показатели системы интегрированных коммуникаций

**Уметь:** проводить анализ финансовых и нефинансовых показателей системы интегрированных коммуникаций

**Типовые контрольные задания**

Проанализировать финансовые и нефинансовые показатели системы интегрированных коммуникаций

### **Примеры практико-ориентированных заданий**

1. Проанализируйте имидж одного из действующих политических лидеров России. Предложите новые пути формирования и управления имиджа политика, выделите особенности продвижения лидера политика.
2. Выберите один из органов государственной власти, разработайте пути совершенствования имиджа и репутации выбранного органа государственной власти.
3. Проанализируйте корпоративную культуру одной из политических организаций России, предложите свои методы и пути ее совершенствования.



### **Примерные вопросы для подготовки к Зачету**

1. 1. Имидж как социокультурный феномен.
2. История возникновения и развития проблематики построения имиджа.
3. Возникновение понятие имидж
4. Имиджелогия в системе научного знания. Предметная область имиджеологии.
5. Принципы имиджелогии. Методология и методы имиджеологии
6. Имиджмейкинг как профессиональная деятельность.
7. Профессиональные качества и этика имиджмейкера.
8. Методы рекламы и ПР в технологиях построения имиджа.
9. Имидж: определение понятия. Роль имиджа в экономике, культуре,
10. политике, межличностных отношениях
11. Имидж, образ, репутация, авторитет: сходство и различия.
12. Классификации имиджа.
13. Имиджевая коммуникация: понятие, структура, особенности.
14. Имиджеформирующая информация: виды, каналы распространения,
15. особенности восприятия.
16. Имидж в системе индивидуального поведения и социального влияния.
17. Содержание и функции персонального имиджа.
18. Структура персонального имиджа.

19. Виды персонального имиджа: имидж, ориентированный на саморазвитие, и имидж, ориентированный на социальное восприятие. Специфика формирования
20. Имидж делового человека. Стратегические цели имиджа делового человека.
21. Технологии управления имиджем делового человека.
22. Групповой имидж и его разновидности (национальный имидж, гендерный имидж и др.).
23. Имидж в профессиональной сфере деятельности. Требования и особенности формирования профессионального имиджа.
24. Имидж лидера. Технологии формирования и продвижения имиджа лидера
25. Политический имидж: цели и задачи формирования. Специфика формирования и управлением имиджем политика.
26. Особенности продвижения имиджа политика
27. Корпоративный имидж: понятие, особенности, структура. Системный подход к формированию корпоративного имиджа.
28. Деловая репутация в структуре корпоративного имиджа.
29. Корпоративная культура как основа имиджа организации. Методы модификации (развития) корпоративной культуры.
30. Защита деловой репутации и корпоративного имиджа.
31. Имидж политической организации: сущность, функции, структура, стратегии формирования. особенности имиджа разных видов организаций.
32. Имидж и репутация органа государственной власти
33. Имидж государства. Проблемы формирования международного имиджа государства.

**8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

### **Основная литература:**

1. Семенова , Лидия Михайловна Профессиональный имиджбилдинг на рынке труда : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. Электрон. дан. Москва : Юрайт , 2025 243 с ( Высшее образование ) URL: <https://urait.ru/bcode/565656> (дата обращения: 24.04.2025). Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей <https://urait.ru/bcode/565656> ISBN 978-5-534-11387-7 : 1269.00
2. Селентьева , Дарья Олеговна Политическая имиджелогия : учебник для вузов / Д. О. Селентьева. 2-е изд. , испр. и доп Электрон. дан. Москва : Юрайт , 2025 164 с ( Высшее образование ) URL: <https://urait.ru/bcode/561574> (дата обращения: 24.04.2025). Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей <https://urait.ru/bcode/561574> ISBN 978-5-534-06386-8 : 929.00
3. Семенова , Лидия Михайловна Имиджмейкинг : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. 2-е изд. , пер. и доп Электрон. дан. Москва : Юрайт , 2025 142 с ( Высшее образование ) URL: <https://urait.ru/bcode/572252> (дата обращения: 24.04.2025). Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей <https://urait.ru/bcode/572252> ISBN 978-5-534-21466-6 : 719.00

### **Дополнительная литература:**

1. Кошлякова , Мария Оскаровна Социальное пространство имиджа : Монография / Российский новый университет 1 Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М" , 2022 153 с. ( Научная мысль ) Дополнительное профессиональное образование <https://znanium.com/catalog/document?id=393250> ISBN 978-5-16-006408-6 ISBN 978-5-16-103534-4 ( электр. издание )
2. Шарков , Феликс Изосимович Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы : Учебное пособие / Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации 5 Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К" , 2020 270 с. ВО - Бакалавриат <https://znanium.com/catalog/document?id=358568> ISBN 978-5-394-03640-8

## **9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

1. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/> (<http://library.fa.ru/files/elibfa.pdf>)
2. Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
3. Электронно-библиотечная система "Университетская библиотека ОНЛАЙН" <http://biblioclub.ru/>
4. "Деловая онлайн библиотека" издательства "Альпина Паблишер" <http://lib.alpinadigital.ru/en/library>
5. Электронно-библиотечная система издательства "Лань" <https://e.lanbook.com/>
6. Образовательная платформа "ЮРАЙТ" <https://urait.ru/>
7. Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
8. Информационно-образовательный портал Финуниверситета: <https://org.fa.ru>

## **10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

утверждены Приказом Финансового университета от 11.05.2021 №1040/о

«Методические рекомендации по планированию и организации самостоятельной работы студентов по образовательным программам бакалавриат и магистратуры в Финансовом университете».

## **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по**

**дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем**

**- Комплект лицензионного программного обеспечения:**

1. Kaspersky
2. Microsoft Office (Windows)
3. Astra Linux
4. Libre Office

**- Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:**

1. Информационно-правовая система «Гарант»
2. Информационно-правовая система «Консультант Плюс»
3. Электронная энциклопедия: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Wiki>

**- Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации**

1. не предусмотрены

**12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

1. **Учебная аудитория** для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

2. **Компьютерный класс** для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенный оборудованием и техническими средствами обучения: мебель аудиторная (столы,

стулья, доска аудиторная), персональные компьютеры, набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)