

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: IAVwzR3fbdAQ0yHSP7sq+3qCcZmnHUX
Дата: 20.03.2025 г.

И. В. Еременко

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

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки

47.03.01 - Философия

Образовательная программа:

Этика бизнеса

Профиль

Этика бизнеса

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	12
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	35
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	36

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 использовать этические знания в процессе принятия управленческих решений	1. Применяет знания по этике в процессе организации работы коллектива.	Знать: нормы и принципы профессиональной этики Уметь: применять знания по этике в процессе организации работы коллектива
		Реализует управленческие решения на базе морально-нравственных принципов	Знать: основные морально-нравственные принципы управления Уметь: принимать и реализовывать управленческие решения на основе морально-нравственных принципов
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе	Управляет своим временем, проявляет готовность к самоорганизации, планирует и реализует намеченные	Знать: основы тайм-менеджмента Уметь: управлять своим временем, планировать и реализовывать

	принципов образования в течение всей жизни	цели деятельности.	намеченные цели деятельности
		Демонстрирует интерес к учебе и готовность к продолжению образования и самообразованию, использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков.	Знать: основы имиджмейкинга для приобретения новых знаний и навыков Уметь: использовать предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков, демонстрировать интерес к образованию и самообразованию
		Применяет знания о своих личностно-психологических ресурсах, о принципах образования в течение всей жизни для саморазвития, успешного выполнения профессиональной деятельности и карьерного роста, использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата.	Знать: свои личностно-психологические ресурсы, принципы образования Уметь: применять знания о своих личностно-психологических ресурсах, о принципах образования в течение всей жизни

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Имиджмейкинг и технологии управления репутацией в социальных сетях» относится к «Модулю "Корпоративная этика в социальных сетях"»

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

Очная форма обучения

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 6 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	3/108	108
Контактная работа - Аудиторные занятия	34	34
<i>Лекции</i>	16	16
<i>Семинары, практические занятия</i>	18	18
Самостоятельная работа	74	74
Вид текущего контроля	Эссе;	Эссе
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.зываете название темы

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 публичных рилейшнз в методиках формирования различных типов имиджа.

Имидж в политике: иллюзии и реальность. Политический публичных 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.

Понятие «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 - Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Общая, в т.ч.:	Лекции	Семинары, практические занятия	
1	Имиджология: сущность и специфика. Теоретические основания имиджа и закономерности формирования имиджа. зываете название темы	12	4	2	2	8
2	Технологии построения имиджа.	14	4	2	2	10
3	Создание вербального, визуального и кинетического имиджа.	12	4	2	2	8
4	Полити	12	4	2	2	8

	ческая имидже логия. Типы имидже й в различн ых областя х человеч еской деятель ности.					
5	Техноло гии построе ния имиджа политич еского лидера.	12	4	2	2	8
6	Имидж и репутац ия политич еских институ тов.	12	4	2	2	8
7	Имидж государ ства. Пробле мы формир ования имиджа России.	12	4	2	2	8
8	Террито риальны й имидж. Имидж российс ких регионо в.	11	3	1	2	8
9	Защита	11	3	1	2	8

	деловой репутац ии и корпора тивного имиджа.					
	Итого	108	34	16	18	74

5.3. Содержание семинаров, практических занятий

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарах, практических занятиях	Формы проведения занятий
Имиджелогия: сущность и специфика. Теоретические основания имиджа и закономерности формирования имиджа.зываете название темы	Истоки имиджелогии. Определение понятия имиджелогии, образа, облика. Компоненты имиджа личности. Основные условия формирования имиджа. "Я-концепция". Имидж-эффект. Имидж и символ. Разновидности 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	Дискуссия, письменная работа, ролевая игра, кейс- стади, собеседование, тесты

	имиджмейкера по формированию имиджа клиента. Коммуникационная модель формирования имиджа. Каналы передачи информации. Тройственное понимание субъекта имиджа. Формирование имиджа как субъект - субъектное Когнитивные процессы в основе формирования имиджа. Семиотические процессы формирования имиджа. Содержание профессиональной деятельности имиджмейкера как специалиста в сфере прикладной имиджелогии. Роль и функции имиджмейкера в работе с личностью. Методы работы имиджмейкера в консалтинговой сфере.	
Технологии построения имиджа.	Имиджевая коммуникация: особенности, структура, этапы. Виды информации и каналы ее распространения, существенные для построения имиджа. Психология восприятия прямой и косвенной имиджформирующей	Дискуссия, письменная работа, ролевая игра, кейс-стади, собеседование, тесты

	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. Роль средств массовой информации в создании эффективного имиджа. Профессиональная этика имиджмейкера и проблемы, связанные с ее нарушением.	
Создание вербального, визуального и кинетического имиджа.	Имидж человека: ведущие типы и элементы. Знак имиджа: положительный или отрицательный? Виды имиджа: личностный и профессиональный. Элементы личностного имиджа (средовый, габитарный, вербальный, кинетический, овеществленный). Создание вербального и кинетического имиджа. Средства вербального имиджа. Речевые средства общения. Слушание в межличностном общении. Обратная связь в деловом взаимодействии Невербальные средства делового взаимодействия. Визуальный имидж делового человека. Влияние внешнего	Дискуссия, письменная работа, ролевая игра, кейс-стади, собеседование, тесты

	вида делового человека на взаимоотношения. Техники создания положительного визуального образа. Социально-психологические закономерности формирования имиджа человека в СМИ. Имидж «публичной персоны». Имидж политического деятеля как прикладная проблема современной науки.	
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. Политический паблик рилейшнз и проблема создания имиджа в политике. Символизация политики и образы власти. Предвыборные технологии и проблема манипулирования общественным мнением.	Дискуссия, письменная работа, ролевая игра, кейс-стади, собеседование, тесты

	Коммуникативный заряд предвыборных обещаний. Типовые алгоритмы формирования политического имиджа. Особенности восприятия политического имиджа.	
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. Риторика власти. Типы речевого поведения лидеров различного типа (монархического, «харизматического», фашистского и т.д.). Построение образа лидера с помощью кинетических элементов.	Дискуссия, письменная работа, ролевая игра, кейс-стади, собеседование, тесты
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	Дискуссия, письменная работа, ролевая игра, кейс-стади, собеседование, тесты

	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. Проблемы и перспективы формирования имиджа политических партий в России.	
Имидж государства. Проблемы формирования имиджа России.	Имидж государства и его составляющие. Особенности восприятия внутреннего и внешнего имиджа страны. Социально-психологические функции имиджа страны. Роль СМИ в формировании имиджа страны в массовом сознании. Специфика современного имиджа России в сравнении с имиджем других стран.	Дискуссия, письменная работа, ролевая игра, кейс-стади, собеседование, тесты

	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.	
Территориальный имидж. Имидж российских регионов.	Понятие «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	Дискуссия, письменная работа, ролевая игра, кейс-стади, собеседование, тесты

	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.	
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. Маркетинговые, PR и рекламные коммуникации в антикризисных технологиях: роль, место и функции. Функции PR-служб в кризисных ситуациях. Программы по преодолению репутационного	Дискуссия, письменная работа, ролевая игра, кейс-стади, собеседование, тесты

	кризиса. Право на защиту деловой репутации. Судебный и внесудебный порядок защиты деловой репутации. Защита деловой репутации в суде. Возмещение убытков и компенсация морального вреда.	
--	---	--

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
Имиджелогия: сущность и специфика. Теоретические основания имиджа и закономерности формирования имиджа. зываете название темы	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	Работа с конспектом и слайдами лекции/семинара; составление плана и тезисов ответа; составление ответов на контрольные вопросы; работа со словарями и справочниками.

	имиджмейкера в консалтинговой сфере	
Технологии построения имиджа.	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.	Работа с конспектом и слайдами лекции/семинара; составление плана и тезисов ответа; составление ответов на контрольные вопросы; работа со словарями и справочниками.
Создание вербального, визуального и кинетического имиджа.	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	Работа с конспектом и слайдами лекции/семинара; составление плана и тезисов ответа; составление ответов на контрольные вопросы; работа со словарями и справочниками.

	современной науки.	
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 имиджа.	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 планирование имиджевых PR-кампаний органа государственной власти. Имидж политических партий и общественных объединений. Имидж ведущих партий	Работа с конспектом и слайдами лекции/семинара; составление плана и тезисов ответа; составление ответов на контрольные вопросы; работа со словарями и справочниками

	России как научно-прикладная область, проблемы и перспективы формирования имиджа политических партий в России.	
Имидж государства. Проблемы формирования имиджа России.	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.	Работа с конспектом и слайдами лекции/семинара; составление плана и тезисов ответа; составление ответов на контрольные вопросы; работа со словарями и справочниками.
Территориальный имидж. Имидж российских регионов.	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 компенсация морального вреда.	Работа с конспектом и слайдами лекции/семинара; составление плана и тезисов ответа; составление ответов на контрольные вопросы; работа со словарями и справочниками.
Защита деловой репутации и корпоративного имиджа.	Конкурентная война и репутация. Информационные войны. Типы кризисов (рыночный, технологический, управленческий,	Работа с конспектом и слайдами лекции/семинара; составление плана и тезисов ответа; составление ответов на контрольные

	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.	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 использовать этические знания в процессе принятия управленческих решений

1) 1. Применяет знания по этике в процессе организации работы коллектива.

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

Знать: нормы и принципы профессиональной этики

Уметь: применять знания по этике в процессе организации работы коллектива

Типовые контрольные задания

проанализировать этические моменты дипломатического и светского приема политических деятелей России.

2) Реализует управленческие решения на базе морально-нравственных принципов

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

Знать: основные морально-нравственные принципы управления

Уметь: принимать и реализовывать управленческие решения на основе морально-нравственных принципов

Типовые контрольные задания

Проанализировать этические кодексы российских политических институтов и крупнейших компаний/корпораций России.

УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

1) Управляет своим временем, проявляет готовность к самоорганизации, планирует и реализует намеченные цели деятельности.

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

Знать: основы тайм-менеджмента

Уметь: управлять своим временем, планировать и реализовывать намеченные цели деятельности

Типовые контрольные задания

Составить персональный планнинг своего времени на неделю, месяц, год.

2) Демонстрирует интерес к учебе и готовность к продолжению образования и самообразованию, использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков.

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

Знать: основы имиджмейкинга для приобретения новых знаний и навыков

Уметь: использовать предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков, демонстрировать интерес к образованию и самообразованию

Типовые контрольные задания

выстроить личностный план по саморазвитию в рамках данной дисциплины на семестр.

3) Применяет знания о своих личностно-психологических ресурсах, о принципах образования в течение всей жизни для саморазвития, успешного выполнения профессиональной деятельности и карьерного роста, использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата.

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

Знать: свои личностно-психологические ресурсы, принципы образования

Уметь: применять знания о своих личностно-психологических ресурсах, о принципах образования в течение всей жизни

Типовые контрольные задания

Проналаизировать свое окружение с точки зрения личностно-психологических особенностей и ресурсов. Сформулировать

преимущества и недостатки своего лично-психологического портрета.

Примеры практико-ориентированных заданий

1. Имидж как составная часть культуры делового/дипломатического общения политического деятеля на примере одного из современных ведущих политиков мира.
2. Проанализировать и мидж одного из российских регионов с учетом истории региона, его экономического и интеллектуального потенциала. Предложить пути совершенствования и улучшения имиджа региона.
3. Разработать и спланировать несколько имиджевых PR-кампаний одного из органов государственной власти Российской Федерации.

Примерные вопросы для подготовки к Зачету

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, политике, межличностных отношениях
10. Имидж, образ, репутация, авторитет: сходство и различия.
11. Классификации имиджа.

12. Имиджевая коммуникация: понятие, структура, особенности.
13. Имиджеформирующая информация: виды, каналы распространения, особенности восприятия.
14. Имидж в системе индивидуального поведения и социального влияния.
15. Содержание и функции персонального имиджа.
16. Структура персонального имиджа.
17. Виды персонального имиджа: имидж, ориентированный на саморазвитие, и имидж, ориентированный на социальное восприятие. Специфика формирования
18. Имидж делового человека. Стратегические цели имиджа делового человека.
19. Технологии управления имиджем делового человека.
20. Групповой имидж и его разновидности (национальный имидж, гендерный имидж и др.).
21. Имидж в профессиональной сфере деятельности. Требования и особенности формирования профессионального имиджа.
22. Имидж лидера. Технологии формирования и продвижения имиджа лидера
23. Политический имидж: цели и задачи формирования. Специфика формирования и управлением имиджем политика.
24. Особенности продвижения имиджа политика
25. Корпоративный имидж: понятие, особенности, структура. Системный подход к формированию корпоративного имиджа.
26. Деловая репутация в структуре корпоративного имиджа.
27. Корпоративная культура как основа имиджа организации. Методы модификации (развития) корпоративной культуры.
28. Защита деловой репутации и корпоративного имиджа.

29. Имидж политической организации: сущность, функции, структура, стратегии формирования. особенности имиджа разных видов организаций.

30. Имидж и репутация органа государственной власти

31. Имидж государства. Проблемы формирования международного имиджа государства.

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

Основная литература:

1. 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

2. 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

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. 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

2. Имидж России в современном мире : Сборник материалов / И.А. Василенко Электрон. дан. Москва : Русайнс , 2021 122 с. Режим доступа: book.ru Internet access <https://book.ru/book/941653> ISBN 978-5-4365-8278-8

3. Имидж России в условиях санкций и информационной войны. Материалы научной конференции кафедры российской политики факультета политологии МГУ имени М.В.Ломоносова 4 декабря 2018 г. : Сборник материалов / И.А. Василенко Электрон. дан. Москва : Русайнс , 2021 244 с. Режим доступа: book.ru Internet access <https://book.ru/book/942011> ISBN 978-5-4365-8638-0

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 Пабlishер" <http://lib.alpinadigital.ru/en/library>

5. Образовательная платформа "ЮРАЙТ" <https://urait.ru/>

6. Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>

7. Информационно-образовательный портал Финуниверситета: <https://org.fa.ru>

8. Электронно-библиотечная система издательства "Лань" <https://e.lanbook.com/>

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 бакалавриата 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>
4. Система комплексного раскрытия информации «СКРИН» - <http://www.skrin.ru/>

- 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)