

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

ФАКУЛЬТЕТ ИСТОРИИ, ПОЛИТОЛОГИИ И ПРАВА
Кафедра культуры мира и демократии

ПОЛИТИЧЕСКАЯ ИМИДЖЕЛОГИЯ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Направление подготовки 41.03.04 – Политология
Направленность «Государственная политика и управление; политический менеджмент»
Уровень квалификации выпускника – бакалавр

Форма обучения – очная

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2020

Политическая имиджелогия

Рабочая программа дисциплины

Составитель:

канд. ист. наук, доц. *М.А. Гордеева*

преп. *А.Р. Акрамов*

Ответственный редактор:

д-р ист. наук, проф. *А.П. Логунов*

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры культуры мира и демократии

№ 1 от 31.08.2020 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка

1.1 Цель и задачи дисциплины (*модуля*)

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (*модулю*), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

2. Структура дисциплины (*модуля*)

3. Содержание дисциплины (*модуля*)

4. Образовательные технологии

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

5.2. Критерии выставления оценок

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (*модулю*)

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (*модуля*)

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

9. Методические материалы

9.1. Планы практических (семинарских, лабораторных) занятий

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

9.3. Иные материалы

Приложения

Приложение 1. Аннотация дисциплины

Приложение 2. Лист изменений

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель курса: освоение базовых основ построения имиджа в политике, дать систематизированные знания о феномене политического лидерства, раскрывая его сущность, особенности, механизмы, условия развития.

Задачи курса:

1. определение спектра стратегий, необходимых для построения эффективного имиджа политика;
2. раскрытие смысловых категорий основных понятий составляющих имидж политика;
3. рассмотрение принципов работы с медиа;
4. анализ современных подходов к построению имиджа в публичной сфере.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПКУ – 1 Способен участвовать в организации управленческих процессов в органах государственной и муниципальной власти и управления, в аппаратах политических партий и общественно-политических объединений, бизнес-структурах, международных организациях, СМИ	ПКУ 1.1 Осуществляет организационное, документационное, информационное обеспечение и исполнительское сопровождение деятельности руководителя организации в рамках профессиональных обязанностей	Знать: историю и основные модели современных политических практик, технологии политических процессов Уметь: использовать методы современной политической науки и политического анализа; понимать, излагать и критически анализировать базовую общеполитологическую информацию;
	ПКУ 1.2 Самостоятельно составляет служебные документы (письма, обращения, служебные записки, ответы на входящие запросы, другие тексты по общественно-политической проблематике) в соответствии с профессиональными стандартами	Владеть: способностью использовать теоретические общеполитологические знания на практике.
ПКУ – 4 Способен создавать стандартные информационные и информационно-аналитические тексты по общественно-политической проблематике	ПКУ 4.5 Участует в распространении информации с помощью различных средств и каналов массового и индивидуального информирования, в проведении информационных	Знать: историю и основные модели современных политических практик, технологии политических процессов Уметь: использовать методы современной политической науки и политического анализа; понимать, излагать и критически анализировать базовую

	кампаний	общеполитологическую информацию; Владеть: способностью использовать теоретические общеполитологические знания на практике.
--	----------	---

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Политическая имиджелогия» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока дисциплин учебного плана (элективная дисциплина). Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Введение в профессию, Управление общественными отношениями.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Политический PR и реклама, Политическая культура.

2. Структура дисциплины

Структура дисциплины для очной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е., 76 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 28 ч., самостоятельная работа обучающихся 48 ч.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы (в часах)					Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации
			контактная						
			Лекции	Семинар	Практические занятия	Лабораторные занятия	Промежуточная аттестация		
1	Политическая имиджелогия как система научного знания	4	2	2				5	
2	Динамика представлений о политическом имидже	4	2	1				5	
3	Основные характеристики субъектов политического имиджа	4	2	2				5	

4	Основные закономерности формирования политического имиджа	4	2	2				5	
5	Особенности восприятия политического имиджа	4	2	2				5	Письменная контрольная работа
6	Место PR-инструментов в создании эффективных политических коммуникациях	4	1	1				5	
7	Влияние политической рекламы на формирование политических имиджей	4	1	1				6	
8	Значение политического имиджа для политической практики	4	2	1				6	Письменная контрольная работа
9	Анализ кейсов политических имиджей современных российских политиков	4		2				6	Презентации докладов
	Итого:		14	14				48	

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Тема 1. Политическая имиджелогия как система научного знания	<p>Научная дисциплина связанная с формированием политического имиджа сформировалась во второй половине XX столетия. Система научного знания сложилась в развитии современных технологий массовых коммуникаций и публичности политики. При этом умение управлять впечатлением в политике с помощью средств агитации и пропаганды значительно опередило современные научные поиски в области управления имиджем. В настоящее время наблюдается рост общественного и научного интереса к данной проблематике. Об этом свидетельствуют как вхождение категории «имидж» в понятийный</p>

		<p>аппарат различных наук (психологии, социологии, философии, политологии, культурологи и др.), так и рост диссертационных исследований, посвященных этой проблематике, рост количества научных монографий и научно-популярных публикаций в данной области, и т.д.</p> <p>В политике под термином «имидж» понимается некоторое обобщенное, экономное отображение субъекта или объекта политической рекламы для его представления избирателям. Основой возникновения политической имиджологии выступает тот факт, что число людей, достаточно близко знающих кандидата, способных обоснованно судить о его деловых и личных качествах, невелико. Особенно это относится к кандидатам, впервые вступающим на путь политической деятельности.</p>
2	<p>Тема 2. Динамика представлений о политическом имидже</p>	<p>На протяжении своего развития наука о политических имиджах сформировала ряд значимых подходов. К ранним концепциям, объясняющим природу политического лидерства, можно отнести «теорию героев» и «теорию черт». Модели поведения лидеров, основные лидерские черты менялись со временем, и представители «героической» теории Т. Карлайл, Е. Дженнингс, Дж. Дауд рассматривали историю как творение великих людей, чьи способности, бесспорно, «увлекали массы». Вслед за развитием героической теории возникает «теория черт», сторонники этого подхода (Э. Богардус, Л. Бернхард, В. Бинхам, О. Тэд) считали, что лидером человека делают определенные психологические качества и черты. Во-первых, «способности», во-вторых, «достижения» — образование, в-третьих, «ответственность», в-четвертых, «участие» — активность, кооперация, в-пятых, «статус» — социально-экономическое положение, популярность, и, наконец, в-шестых, «ситуативные черты» личности. В рамках «теории черт» было проведено огромное количество исследований, данные которых противоречили друг другу, в итоге под вопрос были поставлены даже такие качества, как решительность и сила воли. Данные многочисленных социологических исследований показывают, что в сознании обычных людей существуют вполне определенные идеальные образы или даже какие-то черты того человека,</p>

		<p>каким должен быть политический лидер. В более поздних концепциях прослеживаются черты диверсификации системы образов и средств по их созданию. Современные исследования отличает синтезный подход и использование различных моделей анализа.</p>
3	<p>Тема 3. Основные характеристики субъектов политического имиджа</p>	<p>Имидж как целенаправленно созданный образ политика (лица профессионально занимающегося публичной политической деятельностью), транслируемый по различным каналам коммуникации, представляет собой механизм, который способствует позиционированию человека как политика, сохранению и приумножению его авторитета и влияния. В данном случае речь идет о функциях имиджа, как одного из механизмов легитимации политика. Для современной России данная функция очень важна, поскольку наблюдается противоречие между вовлеченностью политиков в экономическую, социальную и другие сферы общественной жизни и явно недостаточным уровнем их одобрения. Активное применение имиджевых технологий выступает серьезным фактором рекрутирования политиков на уровень принятия политических решений и их дальнейшей политической легитимации.</p>
4	<p>Тема 4. Основные закономерности формирования политического имиджа</p>	<p>Технологии формирования имиджа представляют собой совокупность приемов и методов, направленных на формирование, внедрение и поддержание в восприятии аудитории необходимого образа политика с целью достижения определенных политических результатов (избрание на должность, поддержание лояльности, завоевание авторитета, дискредитация и т.д.). По сути, имиджевые технологии гендерно нейтральны, однако их применение в создании имиджа женщины-политика в условиях конкурентной борьбы в большей степени в сравнении с мужчинами обусловлены нормами политической культуры общества, существующими тендерными стереотипами, чаще всего отрицающими паритет мужчины и женщины в политической сфере.</p>
5	<p>Тема 5. Особенности восприятия политического имиджа</p>	<p>Структура и компоненты имиджа политического лидера. Факторы эффективного имиджа политического лидера. Имиджевые коммуникативные стратегии. Формирование имиджей политических лидеров. Алгоритм</p>

		<p>формирования имиджа политического лидера: определение требований аудитории, изучение особенностей кандидата, изучение имиджей конкурентов, выбор типа имиджа и его характеристик, позиционирование, выбор и разработка коммуникативных стратегий продвижения характеристик имиджа, перевод имиджевых характеристик в тексты, визуальные образы, событийный контекст.</p> <p>Технологии продвижения персональных качеств. Технологии продвижения социальных качеств. Технологии продвижения символических качеств.</p>
6	<p>Тема 6. Место PR-инструментов в создании эффективных политических коммуникациях</p>	<p>Технология создания политических имиджей чаще всего состоит из творческого развития двух основных элементов: идеального образа политика, существующего в массовом сознании, и реальных черт кандидата, на основе которых нужный имидж может быть сконструирован и вписан в уже существующие представления, распространенные в данной социальной среде. Следует также отметить, что для проникновения имиджа в массовое сознание надо его туда внедрить и для поддержания - актуализировать. Для политического успеха необходимо, чтобы имидж формировался на основе реальных особенностей и присущих личностных черт. Предпочтение во внедрении следует отдавать внешностным характеристикам и личным качествам, но не политической позиции. При этом из имеющегося набора характеристик выбираются те, которые необходимым образом будут влиять на общественное мнение.</p> <p>Поэтому при формировании эффективного имиджа политика следует ориентироваться не только на когнитивные, но и на эмоциональные реакции электората. Именно на эмоции еще не определившейся части аудитории будет воздействовать имидж политика.</p> <p>Особую роль в формировании имиджа политического лидера сегодня приобретает визуальная информация, меняющая традиционный академически-книжный дискурс на мозично-иконографическую образность. Техника рационально-риторического «уговаривания» публики сменяется визуальной суггестией, рекламным «соблазном». С. Ушакин считает, что в условиях развития политической рекламы «акцент делается на ином,</p>

		<p>невербальном, типе восприятия политика массами». Все большую роль при конструировании политического имиджа лидера играет зрительный образ, и в результате содержательные элементы речи отходят на второй план, уступая место умению оперировать символами. Способность символов выступать незаменимым средством интеграции и мобилизации человеческих коллективов, средством легитимации политической власти хорошо известна (об этом, в частности, писал Э. Дюркгейм). Символы всегда привлекались при необходимости выразить силу единства и сплоченности социального коллектива, они, по мысли П. Бурдьё, обладают «почти магической властью, дающей возможность обрести эквивалент того, что обретается силой физической или экономической». Поэтому использование символов не является какой-то частной стратегией политического лидера; причины символической политики залегают в самой структуре общественной психологии.</p>
7	<p>Тема 7. Влияние политической рекламы на формирование политических имиджей</p>	<p>Типы политических имиджей: идеальный и реальный. Критерии эффективного имиджа. Факторы эффективного имиджа. Этапы формирования политического имиджа. Технологии формирования политического имиджа: пропаганда, реклама и PR. Средства формирования политического имиджа из арсенала политической рекламы. Средства формирования политического имиджа из арсенала поли PR: «перформансы», имиджевая легенда, публикации в СМИ.</p> <p>Понятие и структура имиджевой коммуникативной стратегии. Политические кампании и по формированию и поддержанию политического имиджа. Политический имидж всегда соотносится в сознании людей с этическим идеалом, он социально обусловлен, как социально обусловлен и этический идеал. В условиях рыночного общества имидж отражает ценности и идеалы этого общества. Политическая реклама как один из элементов маркетинговых коммуникаций «мобилизует» общественное мнение вокруг определенным образом сформулированного имиджа, она позволяет охватить огромные массы людей, что приводит к многократному увеличению ее эмоционального воздействия на избирателей.</p>

		<p>Современная политика символична, и как отмечает С. Поцелуев, представляет из себя «особый род политической коммуникации, нацеленный не на рациональное осмысление, а на внушение устойчивых смыслов посредством инсценирования визуальных эффектов». Современная символическая политика обязана своим массовым воздействием на публику в первую очередь визуальному дискурсу ТВ. «Это специфический дискурс, разворачивающийся на экране в виде мозаики презентативных символов», которые представляют идею (образ) мгновенно, без протяженности во времени, давая большую информацию, чем слово. Телевидение обладает практически неограниченными возможностями для манипулирования массовым сознанием, оно создает иллюзию «объективности», «достоверности» и включенности в событие. Личность политика при этом не столько демонстрируется, сколько конструируется заново, причем этот имидж не раскрывается посредством каких-либо аргументов, а эстетизируется, вызывая у общественности определенные эмоции, настроения. Такая информация не обращается открыто к убеждениям людей — она передается бессознательным для реципиента образом.</p>
8	<p>Тема 8. Значение политического имиджа для политической практики</p>	<p>Необходимо отметить, что на уровне «большой политики» имеют значение не только личностные качества лидера, интеллект, умение ясно выражать свои мысли, а также способность улавливать настроения людей, умение формировать общие политические требования и добиваться политической легитимности. Под легитимацией понимается процесс добровольного, независимого признания и доверия власти», но в то же время можно сказать, что этот процесс инициируется самой властью. Дело в том, что легитимация политического лидера в каком-то смысле представляет собой игру с обязательной поддержкой масс и результат зависит от того или иного политического сценария. Политика все больше принимает характер ремесла, предполагающего определенные знания и опыт. Существует множество различных механизмов воздействия на массовое сознание, поэтому сегодня легитимация как процесс становится управляемой и технологичной. Одним из основных условий осуществления легитимности является оптимизация имиджа</p>

		<p>политического лидера, так как имидж формируется в постоянном взаимодействии и требует оценки со стороны граждан. Оптимизация имиджа предполагает деятельность, направленную на присвоение ему конкретных регулятивных характеристик, обеспечивающих его действенность. В современной литературе по политической психологии выделяются социально-психологические приемы и механизмы, которые придают имиджу политического лидера дополнительную привлекательность и закрепляют психологическое воздействие на человека. Способом воздействия политического лидера на сознание социальных групп являются манипулятивные тактики, предполагающие имплицитный (непрямой) характер воздействия на объект. Суть их в том, что в зависимости от целей и конкретных задач формируется и распространяется заранее «сконструированный» имидж, который неадекватно отражает реальные характеристики политика и тем самым дезориентирует людей.</p>
9	<p>Тема 9. Значение политического имиджа в динамике социального развития</p>	<p>Построение определенных политических имиджей имеет целью изменение пространства публичной политики. В мнении М. Хоркхаймера и Т. Адорно, это позволяет расщеплять социальную реальность «на фотографическое воспроизведение» предлагаемой образности и при этом вместо реального «опыта» аудитории предлагаются «стереотипы». Конечно, «производство стереотипов» блокирует способность субъектов самим классифицировать реальность, но имидж как раз и должен отличаться стереотипностью, т.е. быть не сложным и многогранным, а простым и доступным, синтезирующим реальность. Имидж лидера, как правило, строится вокруг известных максимальному числу избирателей черт и проблем. Вместе с тем, образ политика должен быть реалистичным, разработанным в соответствии со стратегией и тактикой, адресной направленностью, методами внедрения в сознание, только тогда он будет воспринят и понят массовой аудиторией как системный и генерирующий пространство публичной политики вокруг себя.</p>

4. Образовательные технологии

№ п / п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	2	3	5
1.	Политическая имиджелогия как система научного знания	Лекция 1. Семинар 1. Самостоятельная работа	Вводная лекция с использованием видеоматериалов Развернутая беседа с обсуждением доклада
2.	Динамика представлений о политическом имидже	Лекция 2. Семинар 2. Самостоятельная работа	Лекция-визуализация с применением слайд-проектора Проблемная дискуссия Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций
3.	Основные характеристики субъектов политического имиджа	Лекция 3. Семинар 3. Самостоятельная работа	Проблемная лекция Презентации докладов Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
4.	Основные закономерности формирования политического имиджа	Лекция 4. Семинар 4 Самостоятельная работа	Проблемная лекция Дискуссия Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
5	Особенности восприятия политического имиджа	Лекция 5. Семинар 5. Самостоятельная	Лекция-визуализация с применением слайд-проектора Презентации докладов Консультирование и проверка

		работа	домашних заданий посредством электронной почты
6	Место PR-инструментов в создании эффективных политических коммуникациях	Лекция 6. Семинар 6. Самостоятельная работа	Проблемная лекция Дискуссия Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
7	Влияние политической рекламы на формирование политических имиджей	Лекция 7. Семинар 7. Самостоятельная работа	Лекция-визуализация с применением слайд-проектора Дискуссия Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
8	Значение политического имиджа для политической практики	Лекция 8. Семинар 8 Самостоятельная работа	Лекция-визуализация с применением слайд-проектора Проблемная дискуссия Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
9	Анализ кейсов политических имиджей современных российских политиков	Семинар 9. Самостоятельная работа	Презентации докладов Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль: - участие в дискуссии на семинаре - контрольная работа	35 баллов 25 баллов	35 баллов 25 баллов
Промежуточная аттестация (зачет)		40 баллов
Итого за семестр (дисциплину)		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ А,В	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ С	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетвори- тельно»/ «зачтено (удовлетвори- тельно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной</p>

		<p>литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Примерные вопросы к текущей аттестации (контрольной работе)

1. Имиджелогия как научно-прикладная система знаний.
2. Социально-теоретическая и практическая обусловленность возникновения имиджелогии.
3. Основные подходы к определению имиджа, характеристики. Определение понятия.
4. Имидж и мнение – соотношение понятий.
5. Имидж как продукт целенаправленной и нецеленаправленной деятельности.
6. Имиджформирующая информация. Характеристика составляющих ИФИ.
7. Структура прямой имиджформирующей информации.
8. Психологические механизмы восприятия имиджформирующей информации.
9. Способы направления имиджформирующей информации.
10. Сущность, характерные признаки имиджа.
11. Функции имиджа.
12. Типология имиджа.

13. Имидж как система.
14. Цель и задачи формирования имиджа. Определение стратегии.
15. Процесс формирования имиджа, характеристика этапов.
16. Оргтехнологии и психотехнологии формирования имиджа.
17. Основные приемы имиджирования.
18. Роль средств массовой информации и лидеров мнения в формировании имиджа.
19. Имиджмейкинг и формирование имиджа: соотношение понятий.
20. Имиджмейкер как ключевая фигура имиджмейкинга.
21. Имидж политического лидера: сущность, структура, имиджевые характеристики.
22. Основные этапы формирования имиджа политика, их характеристика
23. Технология моделирования имиджа политика. Базовые черты политического лидера.
24. Позиционирование как этап формирования имиджа. Типы позиционирования.
25. Коммуникативные стратегии продвижения имиджа.
26. Перформанс как элемент имиджирования.
27. Пути оптимизации имиджа политика. Продвижение и корректировка имиджа.
28. Психологические технологии индивидуального имиджа.

Примерный перечень вопросов к промежуточной аттестации

(зачету)

1. Понятие и структура политической коммуникации.
2. Понятие и виды коммуникативных технологий.
3. Сущность, функции, особенности политического имиджа.
4. Структура и компоненты политического имиджа.
5. Методы исследования и диагностики политических имиджей.
6. Критерии и факторы эффективного политического имиджа.
7. Технологии формирования политического имиджа: пропаганда, реклама и PR.
8. Средства формирования политического имиджа из арсенала политической рекламы.
9. Средства формирования политического имиджа из арсенала PR: «перформансы» имиджевая легенда, публикации в СМИ.
10. Понятие и структура имиджевой коммуникативной стратегии.
11. Политические кампании по формированию и поддержанию политического имиджа: понятие, структура, особенности
12. Структура, компоненты, факторы имиджа политического лидера.
13. Типы имиджей политических лидеров.
14. Алгоритм формирования имиджа политического лидера.

15. Структура и компоненты имиджа политической организации.
16. Бренд и имидж.
17. Формирование имиджей политических организаций.
18. Субъекты, технологии и инструменты формирования, продвижения и
19. поддержания имиджа политической организации.
20. Структура и характеристики имиджа органа государственной власти.
21. Субъекты, технологии и инструменты формирования, продвижения и
22. поддержания имиджа органа государственной власти.
23. Структура и характеристики имиджа государства. Компоненты
24. имиджа государства.
25. Структура и компоненты имиджа территории в системе государства.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

Источники

1. Путин В.В. Россия и меняющийся мир // Московские новости [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mn.ru/politics/78738>
2. Путин В.В. Россия сосредотачивается — вызовы, на которые мы должны ответить // Известия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://iz.ru/news/511884>
3. Стенограмма Послания Владимира Путина Федеральному Собранию // Российская газета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rg.ru/2012/12/12/stenogramma-poln.html>
4. Послание Президента РФ Федеральному Собранию РФ 12 декабря 2013 г. // Президент Российской Федерации: официальный интернет-портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kremlin.ru/events/president/news/19825>
5. Путин В.В. Выступление перед депутатами Государственной Думы, членами Совета Федерации, руководителями регионов России и представителями гражданского общества 18 марта 2014 г. // Президент Российской Федерации: официальный интернет-портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kremlin.ru/events/president/news/20603>
6. Путин В.В. Выступление на XI конференции дискуссионного клуба «Валдай» 24 октября 2014 г. // Президент Российской Федерации: официальный интернет-портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kremlin.ru/events/president/news/46860>

Литература

Основная

- Кривоносов А. Д., Филатова О. Г., Шишкина М. А. Основы теории связей с общественностью. - М.: Питер, 2011. - 385 с.
- Василенко И. Имиджевая политика российских регионов: актуальность ребрендинга / И. Василенко // Гос. служба.- 2012.- No 1. - С. 54-57. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=17721774>
- Головлева Е.Л. Факторы укрепления международного имиджа и репутации России/ Е.Л. Головлева // Власть.- 2012.- No 1. - С. 106-108. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/politicheskaya-reputatsiya-v-regionalnom-protsesse-rossiyskoy-federatsii-problemy-formirovaniya-i-upravleniya>

Еременко А.Ю. Современные теоретические подходы к построению имиджа государства в российской политической науке/ А. Ю. Еременко// Проблемный анализ и гос.-управленч. проектирование.- 2012.- Вып. 1. - С. 133- 136. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-teoreticheskie-podhody-k-postroeniyu-imidzha-gosudarstva-v-rossiyskoy-politicheskoy-nauke>

Казаков М.А., Савельева И.В. Манипулятивные технологии в коммуникативной стратегии региональных элит // РЕГИОНОЛОГИЯ, 2012, No2. С. 18 — 23. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/manipulyativnye-tehnologii-v-kommunikativnoy-strategii-regionalnyh-elit>

Селиверстова Ю. А. Имидж политического лидера: создание, внедрение, актуализация / Ю. А. Селиверстова// Власть.- 2011.- No 1. - С. 71-73. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-politicheskogo-lidera-sozdanie-vnedrenie-aktualizatsiya.pdf>.

Старых Н. Формирование имиджа органов местного самоуправления/ Н. Старых // Городское упр.- 2012.- No 2. - С. 84-92. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-pozitivnogo-imidzha-munitsipalnyh-sluzhaschih-v-soznanii-zhiteley>

Дополнительная

Белуза А. Вертикаль блогосферы: Интернет повлиял на образ политической элиты // «Известия». – Режим доступа: <http://open-gov.ru/2010/12/30/vertikal-blogosfery>

Семененко И. С.Образы и имиджи в дискурсе национальной идентичности/ И. С. Семененко // Полит. исследования.- 2008.- No 5. - С. 7-18. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=11635105>

Гершевич О. Особенности формирования имиджа политического лидера в современной России/ О. Гершевич // Власть.- 2007.- No 3. - С. 25-29. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-formirovaniya-imidzha-politicheskogo-lidera-v-sovremennoy-rossii>

Мякотина О. В.Технологии формирования и продвижения имиджа политического лидера в условиях общества массмедиа/ О. В. Мякотина // Власть.- 2007.- No 7. - С. 16-19. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologii-formirovaniya-i-prodvizheniya-imidzha-politicheskogo-lidera-v-usloviyah-obschestva-massmedia>

Магомедов К. Проблемы формирования позитивного имиджа государственной службы/ К. Магомедов// Гос. служба.- 2007.- No 5. - С. 35-41. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problems-formirovaniya-imidzha-gosudarstvennoy-sluzhby>

Володенков С. В. Применение SWOT-анализа политического имиджа в аспекте построения стратегической имиджевой концепции/ С. В. Володенков//Вестн. Моск. ун-та. Сер. 12. Полит. науки.- 2008.- No 2. - С. 17-25. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/primeneniye-swot-analiza-politicheskogo-imidzha-v-aspekte-postroeniya-strategicheskoy-imidzhevoy-kontseptsii>

Лебедева Т.П. Имидж государства в мировом политическом пространстве: структурные модели формирования/ Т. П. Лебедева, Т. А. Михайленко // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 21. Управление (государство и общество).- 2011.- No 1. - С. 13-28. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-gosudarstva-v-mirovom-politicheskom-prostranstve-strukturnye-modeli-formirovaniya>

Арешев А. Виртуальная политика, сетевой электорат. Блоги стирают границы между наблюдателями и игроками // Новая политика. Интернет- журнал. Август 2008. – Режим доступа: <http://www.novopol.ru/text36121.html>

Бекетов Н.В. Имидж: ретроспективный и культурологический анализ феномена / Н.В. Бекетов // Маркетинг в России и за рубежом.- 2008.- No 3. - С. 20-26. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=11572646>

Игнатов О. Политика блога - американский опыт // Русский Журнал. 2007. – Режим доступа: http://www.russ.ru/reakcii/politika_bloga_amerikanskij_opyt6.

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

www.ci-journal.ru – научно-практический журнал «Корпоративная имиджелогия»

www.politnauka.ru – «Политология в России и в мире»

www.academim.org – сайт Академии имиджелогии. www.imageofrussia.info – Имидж России. Мониторинг информационного пространства.

www.4vlasti.ru – Общенациональный научно-политический журнал «Власть».

www.mediascope.ru – Электронный журнал «Медиаскоп».

International Political Science Association. – URL: <http://ipsa.org/>

Political Studies Association, Great Britain. – URL: <http://www.psa.ac.uk>.

The American Political Science Association. – URL: <http://apsanet.org>.

Академия геополитических проблем. – Режим доступа: <http://akademiagp.ru>

Евразийская сеть политических исследований. – Режим доступа: <http://www.espi.ru>

Институт Африки Российской Академии наук. – Режим доступа: <http://www.inafran.ru>

Институт востоковедения Российской Академии наук. – Режим доступа: <http://www.ivran.ru>

Институт Дальнего Востока Российской Академии наук. – Режим доступа: <http://www.ifes-ras.ru/>

Институт Европы Российской Академии наук. – Режим доступа: <http://www.ieras.ru/>

Институт Латинской Америки Российской Академии наук. – Режим доступа: <http://www.ilaran.ru>

Институт мировой экономики и международных отношений Российской Академии наук. – Режим доступа: <http://www.imemo.ru>

Институт научной информации по общественным наукам РАН: <http://www.inion.ru>

Институт научной информации по общественным наукам Российской Академии наук. – Режим доступа: <http://www.inion.ru>

Институт США и Канады Российской Академии наук. – Режим доступа: <http://www.iskran.ru>

Российская ассоциация международных исследований. – Режим доступа: <http://www.rami.ru>

Российская ассоциация политической науки. – Режим доступа: <http://www.rapn.ru>

Факультет мировой экономики и мировой политики Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». – Режим доступа: <http://we.hse.ru/>

Факультет политических наук и социологии Европейского университета в Санкт-Петербурге. – Режим доступа: <http://www.eu.spb.ru/socio/index.html>.

Факультет политологии Московского государственного института международных отношений (МГИМО-Университета) МИД РФ. – Режим доступа: <http://www.mgimo.ru>.

International Political Science Review. – URL: <http://ips.sagepub.com/>

World Politics Review. – URL: <http://www.worldpoliticsreview.com/>

World Politics: A Quarterly Journal of International Relations/ – URL: <https://www.princeton.edu/piirs/worldpolitics-journal/>

Космополис. – Режим доступа: <http://www.rami.ru/cosmopolis>.

Полис (Политические исследования). – Режим доступа: <http://www.politstudies.ru>.

Полития: журнал политической философии и социологии политики. – Режим доступа: <http://www.politeia.ru>.

ПОЛИТЭКС (Политическая экспертиза). – Режим доступа: <http://www.politex.info>.

Россия в глобальной политике. – Режим доступа: <http://www.globalaffairs.ru/>

Перечень БД и ИСС

№ п/п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru
4	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

При проведении занятий используется аудитория, оборудованная проектором для отображения презентаций. Кроме того, при проведении лекций и практических занятий необходим компьютер с установленным на нем браузером и программным обеспечением для демонстрации презентаций (Power Point и др.).

Состав программного обеспечения (ПО)

№п /п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	SPSS Statistics 22	IBM	лицензионное
5	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
6	SPSS Statistics 25	IBM	лицензионное
7	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
8	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное

9	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
10	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
11	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
12	Visual Studio 2019	Microsoft	лицензионное
13	Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное
14	Zoom	Zoom	лицензионное

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
 - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.
- для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
 - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
 - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
 - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
 - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
 - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
 - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1. Планы семинарских занятий

Тема 1 (1ч.). Политическая имиджелогия как система научного знания

Вопросы для изучения и обсуждения

1. Понятие имиджа и его основные составляющие. Предметная область политической имиджелогии.
2. Причины формирования политической имиджелогии как системы научного знания.
3. Основные принципы создания политического имиджа государств в системе мировой политики.
3. Основной принцип работы политика в публичной сфере.

Литература Основная

Кривоносов А. Д., Филатова О. Г., Шишкина М. А. Основы теории связей с общественностью. - М.: Питер, 2011. - 385 с.

Василенко И. Имиджевая политика российских регионов: актуальность ребрендинга / И. Василенко// Гос. служба.- 2012.- No 1. - С. 54-57. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=17721774>

Головлева Е.Л. Факторы укрепления международного имиджа и репутации России/ Е.Л. Головлева // Власть.- 2012.- No 1. - С. 106-108. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/politicheskaya-reputatsiya-v-regionalnom-protsesse-rossiyskoy-federatsii-problemy-formirovaniya-i-upravleniya>

Еременко А.Ю. Современные теоретические подходы к построению имиджа государства в российской политической науке/ А. Ю. Еременко// Проблемный анализ и гос.-управленч. проектирование.- 2012.- Вып. 1. - С. 133- 136. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-teoreticheskie-podhody-k-postroeniyu-imidzha-gosudarstva-v-rossiyskoy-politicheskoy-nauke>

Казаков М.А., Савельева И.В. Манипулятивные технологии в коммуникативной стратегии региональных элит // РЕГИОНОЛОГИЯ, 2012, No2. С. 18 — 23. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/manipulyativnye-tehnologii-v-kommunikativnoy-strategii-regionalnyh-elit>

Селиверстова Ю. А. Имидж политического лидера: создание, внедрение, актуализация / Ю. А. Селиверстова// Власть.- 2011.- No 1. - С. 71-73. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-politicheskogo-lidera-sozdanie-vnedrenie-aktualizatsiya.pdf>.

Старых Н. Формирование имиджа органов местного самоуправления/ Н. Старых // Городское упр.- 2012.- No 2. - С. 84-92. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-pozitivnogo-imidzha-munitsipalnyh-sluzhaschih-v-soznanii-zhiteley>

Дополнительная

Белуза А. Вертикаль блогосферы: Интернет повлиял на образ политической элиты // «Известия». – Режим доступа: <http://open-gov.ru/2010/12/30/vertikal-blogosfery>

Семенов И. С. Образы и имиджи в дискурсе национальной идентичности / И. С. Семенов // Полит. исследования.- 2008.- No 5. - С. 7-18. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=11635105>

Гершевич О. Особенности формирования имиджа политического лидера в современной России / О. Гершевич // Власть.- 2007.- No 3. - С. 25-29. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-formirovaniya-imidzha-politicheskogo-lidera-v-sovremennoy-rossii>

Мякотина О. В. Технологии формирования и продвижения имиджа политического лидера в условиях общества массмедиа / О. В. Мякотина // Власть.- 2007.- No 7. - С. 16-19. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologii-formirovaniya-i-prodvizheniya-imidzha-politicheskogo-lidera-v-usloviyah-obschestva-massmedia>

Магомедов К. Проблемы формирования позитивного имиджа государственной службы / К. Магомедов // Гос. служба.- 2007.- No 5. - С. 35-41. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemny-formirovaniya-imidzha-gosudarstvennoy-sluzhby>

Володенков С. В. Применение SWOT-анализа политического имиджа в аспекте построения стратегической имиджевой концепции / С. В. Володенков // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 12. Полит. науки.- 2008.- No 2. - С. 17-25. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/primeneniye-swot-analiza-politicheskogo-imidzha-v-aspekte-postroeniya-strategicheskoy-imidzhevoy-kontseptsii>

Лебедева Т. П. Имидж государства в мировом политическом пространстве: структурные модели формирования / Т. П. Лебедева, Т. А. Михайленко // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 21. Управление (государство и общество).- 2011.- No 1. - С. 13-28. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-gosudarstva-v-mirovom-politicheskom-prostranstve-strukturnye-modeli-formirovaniya>

Аршев А. Виртуальная политика, сетевой электорат. Блоги стирают границы между наблюдателями и игроками // Новая политика. Интернет- журнал. Август 2008. – Режим доступа: <http://www.novopol.ru/text36121.html>

Бекетов Н. В. Имидж: ретроспективный и культурологический анализ феномена / Н. В. Бекетов // Маркетинг в России и за рубежом.- 2008.- No 3. - С. 20-26. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=11572646>

Игнатов О. Политика блога - американский опыт // Русский Журнал. 2007. – Режим доступа: http://www.russ.ru/reakcii/politika_bloga_amerikanskij_opyt6.

Тема 2 (2 ч.). Динамика представлений о политическом имидже.

Вопросы для изучения и обсуждения

1. «Теория героев» Т. Карлайла, Е. Дженнингса и Дж. Дауда : политика «великих» и анализ «харизмы» политика.
2. «Теория черт» Э. Богардуса, Л. Бернарда, В. Бинхама и О. Тэда: принципы конструирования имиджа политика. Исходя из черт его личности
3. Модели поведения современных политиков.

Литература
Основная

Кривонос А. Д., Филатова О. Г., Шишкина М. А. Основы теории связей с общественностью. - М.: Питер, 2011. - 385 с.

Василенко И. Имиджевая политика российских регионов: актуальность ребрендинга / И. Василенко // Гос. служба.- 2012.- No 1. - С. 54-57. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=17721774>

Головлева Е.Л. Факторы укрепления международного имиджа и репутации России/ Е.Л. Головлева // Власть.- 2012.- № 1. - С. 106-108. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/politicheskaya-reputatsiya-v-regionalnom-protssesse-rossiyskoy-federatsii-problemy-formirovaniya-i-upravleniya>

Еременко А.Ю. Современные теоретические подходы к построению имиджа государства в российской политической науке/ А. Ю. Еременко// Проблемный анализ и гос.-управленч. проектирование.- 2012.- Вып. 1. - С. 133- 136. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-teoreticheskie-podhody-k-postroeniyu-imidzha-gosudarstva-v-rossiyskoy-politicheskoy-nauke>

Казачков М.А., Савельева И.В. Манипулятивные технологии в коммуникативной стратегии региональных элит // РЕГИОНОЛОГИЯ, 2012, No2. С. 18 — 23. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/manipulyativnye-tehnologii-v-kommunikativnoy-strategii-regionalnyh-elit>

Селиверстова Ю. А. Имидж политического лидера: создание, внедрение, актуализация / Ю. А. Селиверстова// Власть.- 2011.- № 1. - С. 71-73. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-politicheskogo-lidera-sozdanie-vnedrenie-aktualizatsiya.pdf>.

Старых Н. Формирование имиджа органов местного самоуправления/ Н. Старых // Городское упр.- 2012.- № 2. - С. 84-92. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-pozitivnogo-imidzha-munitsipalnyh-sluzhaschih-v-soznanii-zhiteley>

Дополнительная

Белуза А. Вертикаль блогосферы: Интернет повлиял на образ политической элиты // «Известия». – Режим доступа: <http://open-gov.ru/2010/12/30/vertikal-blogosfery>

Семенов И. С. Образы и имиджи в дискурсе национальной идентичности/ И. С. Семенов // Полит. исследования.- 2008.- № 5. - С. 7-18. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=11635105>

Гершевич О. Особенности формирования имиджа политического лидера в современной России/ О. Гершевич // Власть.- 2007.- № 3. - С. 25-29. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-formirovaniya-imidzha-politicheskogo-lidera-v-sovremennoy-rossii>

Мякотина О. В. Технологии формирования и продвижения имиджа политического лидера в условиях общества массмедиа/ О. В. Мякотина // Власть.- 2007.- № 7. - С. 16-19. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologii-formirovaniya-i-prodvizheniya-imidzha-politicheskogo-lidera-v-usloviyah-obschestva-massmedia>

Магомедов К. Проблемы формирования позитивного имиджа государственной службы/ К. Магомедов// Гос. служба.- 2007.- № 5. - С. 35-41. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-formirovaniya-imidzha-gosudarstvennoy-sluzhby>

Володенков С. В. Применение SWOT-анализа политического имиджа в аспекте построения стратегической имиджевой концепции/ С. В. Володенков// Вестн. Моск. ун-та. Сер. 12. Полит. науки.- 2008.- № 2. - С. 17-25. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/primeneniye-swot-analiza-politicheskogo-imidzha-v-aspekte-postroeniya-strategicheskoy-imidzhevoy-kontseptsii>

Лебедева Т.П. Имидж государства в мировом политическом пространстве: структурные модели формирования/ Т. П. Лебедева, Т. А. Михайленко // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 21. Управление (государство и общество).- 2011.- № 1. - С. 13-28. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-gosudarstva-v-mirovom-politicheskom-prostranstve-strukturnye-modeli-formirovaniya>

Арешев А. Виртуальная политика, сетевой электорат. Блоги стирают границы между наблюдателями и игроками // Новая политика. Интернет- журнал. Август 2008. – Режим доступа: <http://www.novopol.ru/text36121.html>

Бекетов Н.В. Имидж: ретроспективный и культурологический анализ феномена / Н.В. Бекетов // Маркетинг в России и за рубежом.- 2008.- No 3. - С. 20-26. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=11572646>

Игнатов О. Политика блога - американский опыт // Русский Журнал. 2007. – Режим доступа: http://www.russ.ru/reakcii/politika_bloga_amerikanskij_opyt6.

Тема 3 (2ч.). Основные характеристики субъектов политического имиджа

Вопросы для изучения и обсуждения

1. Личностные особенности политиков и ядро имиджа: легенда, позиции, установки.
2. Методика изучения имиджа и его коррекция.
3. Имиджевые характеристики политика и секреты создания политического имиджа
4. Модели ролевого поведения и имидж кандидата в избирательной кампании.
5. Основные приемы национального брендинга.

Литература

Основная

Кривоносов А. Д., Филатова О. Г., Шишкина М. А. Основы теории связей с общественностью. - М.: Питер, 2011. - 385 с.

Василенко И. Имиджевая политика российских регионов: актуальность ребрендинга / И. Василенко // Гос. служба.- 2012.- No 1. - С. 54-57. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=17721774>

Головлева Е.Л. Факторы укрепления международного имиджа и репутации России/ Е.Л. Головлева // Власть.- 2012.- No 1. - С. 106-108. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/politicheskaya-reputatsiya-v-regionalnom-protsesse-rossiyskoy-federatsii-problemy-formirovaniya-i-upravleniya>

Еременко А.Ю. Современные теоретические подходы к построению имиджа государства в российской политической науке/ А. Ю. Еременко // Проблемный анализ и гос.-управленч. проектирование.- 2012.- Вып. 1. - С. 133- 136. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-teoreticheskie-podhody-k-postroeniyu-imidzha-gosudarstva-v-rossiyskoy-politicheskoy-nauke>

Казаков М.А., Савельева И.В. Манипулятивные технологии в коммуникативной стратегии региональных элит // РЕГИОНОЛОГИЯ, 2012, No2. С. 18 — 23. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/manipulyativnye-tehnologii-v-kommunikativnoy-strategii-regionalnyh-elit>

Селиверстова Ю. А. Имидж политического лидера: создание, внедрение, актуализация / Ю. А. Селиверстова // Власть.- 2011.- No 1. - С. 71-73. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-politicheskogo-lidera-sozdanie-vnedrenie-aktualizatsiya.pdf>.

Старых Н. Формирование имиджа органов местного самоуправления/ Н. Старых // Городское упр.- 2012.- No 2. - С. 84-92. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-positivnogo-imidzha-munitsipalnyh-sluzhaschih-v-soznanii-zhiteley>

Дополнительная

Белуза А. Вертикаль блогосферы: Интернет повлиял на образ политической элиты // «Известия». – Режим доступа: <http://open-gov.ru/2010/12/30/vertikal-blogosfery>

Семененко И. С. Образы и имиджи в дискурсе национальной идентичности / И. С. Семененко // Полит. исследования.- 2008.- No 5. - С. 7-18. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=11635105>

Гершевич О. Особенности формирования имиджа политического лидера в современной России / О. Гершевич // Власть.- 2007.- No 3. - С. 25-29. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-formirovaniya-imidzha-politicheskogo-lidera-v-sovremennoy-rossii>

Мякотина О. В. Технологии формирования и продвижения имиджа политического лидера в условиях общества массмедиа / О. В. Мякотина // Власть.- 2007.- No 7. - С. 16-19. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologii-formirovaniya-i-prodvizheniya-imidzha-politicheskogo-lidera-v-usloviyah-obschestva-massmedia>

Магомедов К. Проблемы формирования позитивного имиджа государственной службы / К. Магомедов // Гос. служба.- 2007.- No 5. - С. 35-41. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemny-formirovaniya-imidzha-gosudarstvennoy-sluzhby>

Володенков С. В. Применение SWOT-анализа политического имиджа в аспекте построения стратегической имиджевой концепции / С. В. Володенков // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 12. Полит. науки.- 2008.- No 2. - С. 17-25. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/primenenie-swot-analiza-politicheskogo-imidzha-v-aspekte-postroeniya-strategicheskoy-imidzhevoy-kontseptsii>

Лебедева Т.П. Имидж государства в мировом политическом пространстве: структурные модели формирования / Т. П. Лебедева, Т. А. Михайленко // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 21. Управление (государство и общество).- 2011.- No 1. - С. 13-28. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-gosudarstva-v-mirovom-politicheskom-prostranstve-strukturnye-modeli-formirovaniya>

Арешев А. Виртуальная политика, сетевой электорат. Блоги стирают границы между наблюдателями и игроками // Новая политика. Интернет- журнал. Август 2008. – Режим доступа: <http://www.novopol.ru/text36121.html>

Бекетов Н.В. Имидж: ретроспективный и культурологический анализ феномена / Н.В. Бекетов // Маркетинг в России и за рубежом.- 2008.- No 3. - С. 20-26. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=11572646>

Игнатов О. Политика блога - американский опыт // Русский Журнал. 2007. – Режим доступа: http://www.russ.ru/reakcii/politika_bloga_amerikanskij_opyt6.

Тема 4 (2 ч.). Основные закономерности формирования политического имиджа.

Вопросы для изучения и обсуждения

1. Типы имиджей. Самоимидж. Самовоспринимаемый имидж. Требуемый имидж.
2. Легенда и политик. Имидж и мода.
3. Факторы, влияющие на формирование имиджа президента страны.
4. Структура имиджа

Литература

Основная

Кривоносов А. Д., Филатова О. Г., Шишкина М. А. Основы теории связей с общественностью. - М.: Питер, 2011. - 385 с.

Василенко И. Имиджевая политика российских регионов: актуальность ребрендинга / И. Василенко // Гос. служба.- 2012.- No 1. - С. 54-57. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=17721774>

Головлева Е.Л. Факторы укрепления международного имиджа и репутации России/ Е.Л. Головлева // Власть.- 2012.- No 1. - С. 106-108. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/politicheskaya-reputatsiya-v-regionalnom-protsesse-rossiyskoy-federatsii-problemy-formirovaniya-i-upravleniya>

Еременко А.Ю. Современные теоретические подходы к построению имиджа государства в российской политической науке/ А. Ю. Еременко // Проблемный анализ и гос.-управленч. проектирование.- 2012.- Вып. 1. - С. 133- 136. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-teoreticheskie-podhody-k-postroeniyu-imidzha-gosudarstva-v-rossiyskoy-politicheskoy-nauke>

Казаков М.А., Савельева И.В. Манипулятивные технологии в коммуникативной стратегии региональных элит // РЕГИОНОЛОГИЯ, 2012, No2. С. 18 — 23. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/manipulyativnye-tehnologii-v-kommunikativnoy-strategii-regionalnyh-elit>

Селиверстова Ю. А. Имидж политического лидера: создание, внедрение, актуализация / Ю. А. Селиверстова // Власть.- 2011.- No 1. - С. 71-73. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-politicheskogo-lidera-sozdanie-vnedrenie-aktualizatsiya.pdf>.

Старых Н. Формирование имиджа органов местного самоуправления/ Н. Старых // Городское упр.- 2012.- No 2. - С. 84-92. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-pozitivnogo-imidzha-munitsipalnyh-sluzhaschih-v-soznanii-zhiteley>

Дополнительная

Белуза А. Вертикаль блогосферы: Интернет повлиял на образ политической элиты // «Известия». – Режим доступа: <http://open-gov.ru/2010/12/30/vertikal-blogosfery>

Семененко И. С.Образы и имиджи в дискурсе национальной идентичности/ И. С. Семененко // Полит. исследования.- 2008.- No 5. - С. 7-18. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=11635105>

Гершевич О. Особенности формирования имиджа политического лидера в современной России/ О. Гершевич // Власть.- 2007.- No 3. - С. 25-29. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-formirovaniya-imidzha-politicheskogo-lidera-v-sovremennoy-rossii>

Мякотина О. В.Технологии формирования и продвижения имиджа политического лидера в условиях общества массмедиа/ О. В. Мякотина // Власть.- 2007.- No 7. - С. 16-19. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologii-formirovaniya-i-prodvizheniya-imidzha-politicheskogo-lidera-v-usloviyah-obschestva-massmedia>

Магомедов К. Проблемы формирования позитивного имиджа государственной службы/ К. Магомедов // Гос. служба.- 2007.- No 5. - С. 35-41. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-formirovaniya-imidzha-gosudarstvennoy-sluzhby>

Володенков С. В. Применение SWOT-анализа политического имиджа в аспекте построения стратегической имиджевой концепции/ С. В. Володенков // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 12. Полит. науки.- 2008.- No 2. - С. 17-25. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/primenenie-swot-analiza-politicheskogo-imidzha-v-aspekte-postroeniya-strategicheskoy-imidzhevoy-kontseptsii>

Лебедева Т.П. Имидж государства в мировом политическом пространстве: структурные модели формирования/ Т. П. Лебедева, Т. А. Михайленко // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 21.

Управление (государство и общество).- 2011.- No 1. - С. 13-28. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-gosudarstva-v-mirovom-politicheskom-prostranstve-strukturnye-modeli-formirovaniya>

Аршев А. Виртуальная политика, сетевой электорат. Блоги стирают границы между наблюдателями и игроками // Новая политика. Интернет- журнал. Август 2008. – Режим доступа: <http://www.novopol.ru/text36121.html>

Бекетов Н.В. Имидж: ретроспективный и культурологический анализ феномена / Н.В. Бекетов // Маркетинг в России и за рубежом.- 2008.- No 3. - С. 20-26. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=11572646>

Игнатов О. Политика блога - американский опыт // Русский Журнал. 2007. – Режим доступа: http://www.russ.ru/reakcii/politika_bloga_amerikanskij_opyt6.

Тема 5 (2 ч.). Особенности восприятия политического имиджа.

Вопросы для изучения и обсуждения

1. Когнитивный и эмоциональный тип имиджа.
2. Вербальные лингво-прагматические приемы воздействия, основанные на психологии восприятия человека:
3. Методы фрагментации; «ограниченного совпадения точек зрения»; отвлечения; создания фактов; объективного подхода; исторических аналогий; апеллирования к общественной потребности; «забрасывания грязью»;
4. Семантическое манипулирование.
5. Технологии политического брендинга в государственной политике.
6. Восприятие имиджа государства за рубежом.

Литература Основная

Кривоносов А. Д., Филатова О. Г., Шишкина М. А. Основы теории связей с общественностью. - М.: Питер, 2011. - 385 с.

Василенко И. Имиджевая политика российских регионов: актуальность ребрендинга / И. Василенко // Гос. служба.- 2012.- No 1. - С. 54-57. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=17721774>

Головлева Е.Л. Факторы укрепления международного имиджа и репутации России/ Е.Л. Головлева // Власть.- 2012.- No 1. - С. 106-108. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/politicheskaya-reputatsiya-v-regionalnom-protsesse-rossiyskoj-federatsii-problemy-formirovaniya-i-upravleniya>

Еременко А.Ю. Современные теоретические подходы к построению имиджа государства в российской политической науке/ А. Ю. Еременко // Проблемный анализ и гос.-управленч. проектирование.- 2012.- Вып. 1. - С. 133- 136. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-teoreticheskie-podhody-k-postroeniyu-imidzha-gosudarstva-v-rossiyskoj-politicheskoy-nauke>

Казаков М.А., Савельева И.В. Манипулятивные технологии в коммуникативной стратегии региональных элит // РЕГИОНОЛОГИЯ, 2012, No2. С. 18 — 23. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/manipulyativnye-tehnologii-v-kommunikativnoy-strategii-regionalnyh-elit>

Селиверстова Ю. А. Имидж политического лидера: создание, внедрение, актуализация / Ю. А. Селиверстова // Власть.- 2011.- No 1. - С. 71-73. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-politicheskogo-lidera-sozdanie-vnedrenie-aktualizatsiya.pdf>.

Старых Н. Формирование имиджа органов местного самоуправления/ Н. Старых // Городское упр.- 2012.- No 2. - С. 84-92. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-pozitivnogo-imidzha-munitsipalnyh-sluzhaschih-v-soznanii-zhiteley>

Дополнительная

Белуза А. Вертикаль блогосферы: Интернет повлиял на образ политической элиты // «Известия». – Режим доступа: <http://open-gov.ru/2010/12/30/vertikal-blogosfery>

Семененко И. С. Образы и имиджи в дискурсе национальной идентичности/ И. С. Семененко // Полит. исследования.- 2008.- No 5. - С. 7-18. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=11635105>

Гершевич О. Особенности формирования имиджа политического лидера в современной России/ О. Гершевич // Власть.- 2007.- No 3. - С. 25-29. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-formirovaniya-imidzha-politicheskogo-lidera-v-sovremennoy-rossii>

Мякотина О. В. Технологии формирования и продвижения имиджа политического лидера в условиях общества массмедиа/ О. В. Мякотина // Власть.- 2007.- No 7. - С. 16-19. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologii-formirovaniya-i-prodvizheniya-imidzha-politicheskogo-lidera-v-usloviyah-obschestva-massmedia>

Магомедов К. Проблемы формирования позитивного имиджа государственной службы/ К. Магомедов // Гос. служба.- 2007.- No 5. - С. 35-41. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemny-formirovaniya-imidzha-gosudarstvennoy-sluzhby>

Володенков С. В. Применение SWOT-анализа политического имиджа в аспекте построения стратегической имиджевой концепции/ С. В. Володенков // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 12. Полит. науки.- 2008.- No 2. - С. 17-25. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/primeneniye-swot-analiza-politicheskogo-imidzha-v-aspekte-postroeniya-strategicheskoy-imidzhevoy-kontseptsii>

Лебедева Т. П. Имидж государства в мировом политическом пространстве: структурные модели формирования/ Т. П. Лебедева, Т. А. Михайленко // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 21. Управление (государство и общество).- 2011.- No 1. - С. 13-28. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-gosudarstva-v-mirovom-politicheskom-prostranstve-strukturnye-modeli-formirovaniya>

Арешев А. Виртуальная политика, сетевой электорат. Блоги стирают границы между наблюдателями и игроками // Новая политика. Интернет- журнал. Август 2008. – Режим доступа: <http://www.novopol.ru/text36121.html>

Бекетов Н. В. Имидж: ретроспективный и культурологический анализ феномена / Н. В. Бекетов // Маркетинг в России и за рубежом.- 2008.- No 3. - С. 20-26. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=11572646>

Игнатов О. Политика блога - американский опыт // Русский Журнал. 2007. – Режим доступа: http://www.russ.ru/reakcii/politika_bloga_amerikanskij_opyt6.

Тема 6 (2 ч.). Место PR-инструментов в создании эффективных политических коммуникациях

Вопросы для изучения и обсуждения

1. Охарактеризуйте основные этапы формирования имиджа в СМИ

2. Методы диагностики политического имиджа в СМИ: вербальные методы политического портретирования, анализ проблемных ситуаций и риторико-семантический анализ.
3. Технологии создания имиджа государства и территории.
4. Приемы формирования политического имиджа в дискурсе массмедиа: приемы прямого и косвенного формирования имиджа в СМИ.
5. Приемы лингвокогнитивного воздействия политического имиджа в языке СМИ

Литература Основная

Кривоносов А. Д., Филатова О. Г., Шишкина М. А. Основы теории связей с общественностью. - М.: Питер, 2011. - 385 с.

Василенко И. Имиджевая политика российских регионов: актуальность ребрендинга / И. Василенко // Гос. служба.- 2012.- No 1. - С. 54-57. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=17721774>

Головлева Е.Л. Факторы укрепления международного имиджа и репутации России/ Е.Л. Головлева // Власть.- 2012.- No 1. - С. 106-108. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/politicheskaya-reputatsiya-v-regionalnom-protsesse-rossiyskoy-federatsii-problemy-formirovaniya-i-upravleniya>

Еременко А.Ю. Современные теоретические подходы к построению имиджа государства в российской политической науке/ А. Ю. Еременко// Проблемный анализ и гос.-управленч. проектирование.- 2012.- Вып. 1. - С. 133- 136. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-teoreticheskie-podhody-k-postroeniyu-imidzha-gosudarstva-v-rossiyskoy-politicheskoy-nauke>

Казakov М.А., Савельева И.В. Манипулятивные технологии в коммуникативной стратегии региональных элит // РЕГИОНОЛОГИЯ, 2012, No2. С. 18 — 23. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/manipulyativnye-tehnologii-v-kommunikativnoy-strategii-regionalnyh-elit>

Селиверстова Ю. А. Имидж политического лидера: создание, внедрение, актуализация / Ю. А. Селиверстова// Власть.- 2011.- No 1. - С. 71-73. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-politicheskogo-lidera-sozdanie-vnedrenie-aktualizatsiya.pdf>.

Старых Н. Формирование имиджа органов местного самоуправления/ Н. Старых // Городское упр.- 2012.- No 2. - С. 84-92. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-pozitivnogo-imidzha-munitsipalnyh-sluzhaschih-v-soznanii-zhiteley>

Дополнительная

Белуза А. Вертикаль блогосферы: Интернет повлиял на образ политической элиты // «Известия». – Режим доступа: <http://open-gov.ru/2010/12/30/vertikal-blogosfery>

Семененко И. С.Образы и имиджи в дискурсе национальной идентичности/ И. С. Семененко // Полит. исследования.- 2008.- No 5. - С. 7-18. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=11635105>

Гершевич О. Особенности формирования имиджа политического лидера в современной России/ О. Гершевич // Власть.- 2007.- No 3. - С. 25-29. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-formirovaniya-imidzha-politicheskogo-lidera-v-sovremennoy-rossii>

Мякотина О. В. Технологии формирования и продвижения имиджа политического лидера в условиях общества массмедиа / О. В. Мякотина // Власть.- 2007.- № 7. - С. 16-19. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologii-formirovaniya-i-prodvizheniya-imidzha-politicheskogo-lidera-v-usloviyah-obschestva-massmedia>

Магомедов К. Проблемы формирования позитивного имиджа государственной службы / К. Магомедов // Гос. служба.- 2007.- № 5. - С. 35-41. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemny-formirovaniya-imidzha-gosudarstvennoy-sluzhby>

Володенков С. В. Применение SWOT-анализа политического имиджа в аспекте построения стратегической имиджевой концепции / С. В. Володенков // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 12. Полит. науки.- 2008.- № 2. - С. 17-25. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/primenenie-swot-analiza-politicheskogo-imidzha-v-aspekte-postroeniya-strategicheskoy-imidzhevoy-kontseptsii>

Лебедева Т.П. Имидж государства в мировом политическом пространстве: структурные модели формирования / Т. П. Лебедева, Т. А. Михайленко // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 21. Управление (государство и общество).- 2011.- № 1. - С. 13-28. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-gosudarstva-v-mirovom-politicheskom-prostranstve-strukturnye-modeli-formirovaniya>

Арешев А. Виртуальная политика, сетевой электорат. Блоги стирают границы между наблюдателями и игроками // Новая политика. Интернет- журнал. Август 2008. – Режим доступа: <http://www.novopol.ru/text36121.html>

Бекетов Н.В. Имидж: ретроспективный и культурологический анализ феномена / Н.В. Бекетов // Маркетинг в России и за рубежом.- 2008.- № 3. - С. 20-26. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=11572646>

Игнатов О. Политика блога - американский опыт // Русский Журнал. 2007. – Режим доступа: http://www.russ.ru/reakcii/politika_bloga_amerikanskij_opyt6.

Тема 7 (2 ч.). Влияние политической рекламы на формирование политических имиджей

Вопросы для изучения и обсуждения

1. Политическая реклама как тип коммуникации.
2. Принципы и приемы ритуальной коммуникации в политике: 1) Регулятивы; 2) Процессивы; 3) Классификаторы.
3. Целевые аудитории политической рекламы. Анализ ожиданий и ценностей.
4. Основные технологии политической рекламы.

Литература
Основная

Кривоносов А. Д., Филатова О. Г., Шишкина М. А. Основы теории связей с общественностью. - М.: Питер, 2011. - 385 с.

Василенко И. Имиджевая политика российских регионов: актуальность ребрендинга / И. Василенко // Гос. служба.- 2012.- № 1. - С. 54-57. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=17721774>

Головлева Е.Л. Факторы укрепления международного имиджа и репутации России / Е.Л. Головлева // Власть.- 2012.- № 1. - С. 106-108. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/politicheskaya-reputatsiya-v-regionalnom-protsesse-rossiyskoy-federatsii-problemy-formirovaniya-i-upravleniya>

Еременко А.Ю. Современные теоретические подходы к построению имиджа государства в российской политической науке/ А. Ю. Еременко// Проблемный анализ и гос.-управленч. проектирование.- 2012.- Вып. 1. - С. 133- 136. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-teoreticheskie-podhody-k-postroeniyu-imidzha-gosudarstva-v-rossiyskoy-politicheskoy-nauke>

Казаков М.А., Савельева И.В. Манипулятивные технологии в коммуникативной стратегии региональных элит // РЕГИОНОЛОГИЯ, 2012, No2. С. 18 — 23. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/manipulyativnye-tehnologii-v-kommunikativnoy-strategii-regionalnyh-elit>

Селиверстова Ю. А. Имидж политического лидера: создание, внедрение, актуализация / Ю. А. Селиверстова// Власть.- 2011.- No 1. - С. 71-73. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-politicheskogo-lidera-sozdanie-vnedrenie-aktualizatsiya.pdf>.

Старых Н. Формирование имиджа органов местного самоуправления/ Н. Старых // Городское упр.- 2012.- No 2. - С. 84-92. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-pozitivnogo-imidzha-munitsipalnyh-sluzhaschih-v-soznanii-zhiteley>

Дополнительная

Белуза А. Вертикаль блогосферы: Интернет повлиял на образ политической элиты // «Известия». – Режим доступа: <http://open-gov.ru/2010/12/30/vertikal-blogosfery>

Семененко И. С.Образы и имиджи в дискурсе национальной идентичности/ И. С. Семененко // Полит. исследования.- 2008.- No 5. - С. 7-18. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=11635105>

Гершевич О. Особенности формирования имиджа политического лидера в современной России/ О. Гершевич // Власть.- 2007.- No 3. - С. 25-29. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-formirovaniya-imidzha-politicheskogo-lidera-v-sovremennoy-rossii>

Мякотина О. В.Технологии формирования и продвижения имиджа политического лидера в условиях общества массмедиа/ О. В. Мякотина // Власть.- 2007.- No 7. - С. 16-19. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologii-formirovaniya-i-prodvizheniya-imidzha-politicheskogo-lidera-v-usloviyah-obschestva-massmedia>

Магомедов К. Проблемы формирования позитивного имиджа государственной службы/ К. Магомедов// Гос. служба.- 2007.- No 5. - С. 35-41. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problems-formirovaniya-imidzha-gosudarstvennoy-sluzhby>

Володенков С. В. Применение SWOT-анализа политического имиджа в аспекте построения стратегической имиджевой концепции/ С. В. Володенков//Вестн. Моск. ун-та. Сер. 12. Полит. науки.- 2008.- No 2. - С. 17-25. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/primeneniye-swot-analiza-politicheskogo-imidzha-v-aspekte-postroeniya-strategicheskoy-imidzhevoy-kontseptsii>

Лебедева Т.П. Имидж государства в мировом политическом пространстве: структурные модели формирования/ Т. П. Лебедева, Т. А. Михайленко // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 21. Управление (государство и общество).- 2011.- No 1. - С. 13-28. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-gosudarstva-v-mirovom-politicheskom-prostranstve-strukturnye-modeli-formirovaniya>

Арешев А. Виртуальная политика, сетевой электорат. Блоги стирают границы между наблюдателями и игроками // Новая политика. Интернет- журнал. Август 2008. – Режим доступа: <http://www.novopol.ru/text36121.html>

Бекетов Н.В. Имидж: ретроспективный и культурологический анализ феномена / Н.В. Бекетов // Маркетинг в России и за рубежом.- 2008.- No 3. - С. 20-26. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=11572646>

Игнатов О. Политика блога - американский опыт // Русский Журнал. 2007. – Режим доступа: http://www.russ.ru/reakcii/politika_bloga_amerikanskij_opyt6.

Тема 8 (1 ч.) Значение политического имиджа для политической практики

Вопросы для изучения и обсуждения

1. Определение понятия «Легитимация»
2. Механизмы воздействия на массовое сознание
3. Условия осуществления легитимности

Литература Основная

Кривоносов А. Д., Филатова О. Г., Шишкина М. А. Основы теории связей с общественностью. - М.: Питер, 2011. - 385 с.

Василенко И. Имиджевая политика российских регионов: актуальность ребрендинга / И. Василенко// Гос. служба.- 2012.- No 1. - С. 54-57. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=17721774>

Головлева Е.Л. Факторы укрепления международного имиджа и репутации России/ Е.Л. Головлева // Власть.- 2012.- No 1. - С. 106-108. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/politicheskaya-reputatsiya-v-regionalnom-protsesse-rossiyskoj-federatsii-problemy-formirovaniya-i-upravleniya>

Еременко А.Ю. Современные теоретические подходы к построению имиджа государства в российской политической науке/ А. Ю. Еременко// Проблемный анализ и гос.-управленч. проектирование.- 2012.- Вып. 1. - С. 133- 136. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-teoreticheskie-podhody-k-postroeniyu-imidzha-gosudarstva-v-rossiyskoj-politicheskoy-nauke>

Казаков М.А., Савельева И.В. Манипулятивные технологии в коммуникативной стратегии региональных элит // РЕГИОНОЛОГИЯ, 2012, No2. С. 18 — 23. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/manipulyativnye-tehnologii-v-kommunikativnoy-strategii-regionalnyh-elit>

Селиверстова Ю. А. Имидж политического лидера: создание, внедрение, актуализация / Ю. А. Селиверстова// Власть.- 2011.- No 1. - С. 71-73. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-politicheskogo-lidera-sozdanie-vnedrenie-aktualizatsiya.pdf>.

Старых Н. Формирование имиджа органов местного самоуправления/ Н. Старых // Городское упр.- 2012.- No 2. - С. 84-92. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-positivnogo-imidzha-munitsipalnyh-sluzhaschih-v-soznanii-zhiteley>

Дополнительная

Белуза А. Вертикаль блогосферы: Интернет повлиял на образ политической элиты // «Известия». – Режим доступа: <http://open-gov.ru/2010/12/30/vertikal-blogosfery>

Семенов И. С. Образы и имиджи в дискурсе национальной идентичности / И. С. Семенов // Полит. исследования.- 2008.- No 5. - С. 7-18. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=11635105>

Гершевич О. Особенности формирования имиджа политического лидера в современной России / О. Гершевич // Власть.- 2007.- No 3. - С. 25-29. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-formirovaniya-imidzha-politicheskogo-lidera-v-sovremennoy-rossii>

Мякотина О. В. Технологии формирования и продвижения имиджа политического лидера в условиях общества массмедиа / О. В. Мякотина // Власть.- 2007.- No 7. - С. 16-19. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologii-formirovaniya-i-prodvizheniya-imidzha-politicheskogo-lidera-v-usloviyah-obschestva-massmedia>

Магомедов К. Проблемы формирования позитивного имиджа государственной службы / К. Магомедов // Гос. служба.- 2007.- No 5. - С. 35-41. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemny-formirovaniya-imidzha-gosudarstvennoy-sluzhby>

Володенков С. В. Применение SWOT-анализа политического имиджа в аспекте построения стратегической имиджевой концепции / С. В. Володенков // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 12. Полит. науки.- 2008.- No 2. - С. 17-25. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/primeneniye-swot-analiza-politicheskogo-imidzha-v-aspekte-postroeniya-strategicheskoy-imidzhevoy-kontseptsii>

Лебедева Т. П. Имидж государства в мировом политическом пространстве: структурные модели формирования / Т. П. Лебедева, Т. А. Михайленко // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 21. Управление (государство и общество).- 2011.- No 1. - С. 13-28. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-gosudarstva-v-mirovom-politicheskom-prostranstve-strukturnye-modeli-formirovaniya>

Аршев А. Виртуальная политика, сетевой электорат. Блоги стирают границы между наблюдателями и игроками // Новая политика. Интернет- журнал. Август 2008. – Режим доступа: <http://www.novopol.ru/text36121.html>

Бекетов Н. В. Имидж: ретроспективный и культурологический анализ феномена / Н. В. Бекетов // Маркетинг в России и за рубежом.- 2008.- No 3. - С. 20-26. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=11572646>

Игнатов О. Политика блога - американский опыт // Русский Журнал. 2007. – Режим доступа: http://www.russ.ru/reakcii/politika_bloga_amerikanskij_opyt6.

Тема 9 (4 ч.). Анализ кейсов политических имиджей современных российских политиков

Вопросы для изучения и обсуждения

1. Представление студентами комплексного анализа имиджа одного или двух современных российских политиков.

Алгоритм анализа:

1. Ядро имиджа (легенды, позиции, установки).

2. **Внешняя составляющая имиджа** - объединяет визуальный и вербальный компоненты.

Визуальный компонент - включает в себя всю информацию о субъекте имиджа, которая определяется аудиториями через зрительное восприятие.

Вербальный компонент выражается в названии, имени, фамилии субъекта имиджа, миссии компании, в кредо политика и т. п.

3. **Внутренняя составляющая** - это менталитет, т.е. образ мыслей, интеллект, профессионализм, интересы, ценности, хобби, тезаурус понятий и многое другое.

4. **Процессуальная составляющая** имиджа включает эмоциональную выразительность, страстность, энергию, скорость реакций - все то, что относят к темпераменту. А также чувство юмора, артистичность, лицедейство.

5. Коммуникативная стратегия публичного позиционирования лидера.

Литература Основная

Кривоносов А. Д., Филатова О. Г., Шишкина М. А. Основы теории связей с общественностью. - М.: Питер, 2011. - 385 с.

Василенко И. Имиджевая политика российских регионов: актуальность ребрендинга / И. Василенко // Гос. служба.- 2012.- No 1. - С. 54-57. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=17721774>

Головлева Е.Л. Факторы укрепления международного имиджа и репутации России/ Е.Л. Головлева // Власть.- 2012.- No 1. - С. 106-108. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/politicheskaya-reputatsiya-v-regionalnom-protsesse-rossiyskoy-federatsii-problemy-formirovaniya-i-upravleniya>

Еременко А.Ю. Современные теоретические подходы к построению имиджа государства в российской политической науке/ А. Ю. Еременко// Проблемный анализ и гос.-управленч. проектирование.- 2012.- Вып. 1. - С. 133- 136. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-teoreticheskie-podhody-k-postroeniyu-imidzha-gosudarstva-v-rossiyskoy-politicheskoy-nauke>

Казаков М.А., Савельева И.В. Манипулятивные технологии в коммуникативной стратегии региональных элит // РЕГИОНОЛОГИЯ, 2012, No2. С. 18 — 23. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/manipulyativnye-tehnologii-v-kommunikativnoy-strategii-regionalnyh-elit>

Селиверстова Ю. А. Имидж политического лидера: создание, внедрение, актуализация / Ю. А. Селиверстова// Власть.- 2011.- No 1. - С. 71-73. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-politicheskogo-lidera-sozdanie-vnedrenie-aktualizatsiya.pdf>.

Старых Н. Формирование имиджа органов местного самоуправления/ Н. Старых // Городское упр.- 2012.- No 2. - С. 84-92. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-pozitivnogo-imidzha-munitsipalnyh-sluzhaschih-v-soznanii-zhiteley>

Дополнительная

Белуза А. Вертикаль блогосферы: Интернет повлиял на образ политической элиты // «Известия». – Режим доступа: <http://open-gov.ru/2010/12/30/vertikal-blogosfery>

Семененко И. С.Образы и имиджи в дискурсе национальной идентичности/ И. С. Семененко // Полит. исследования.- 2008.- No 5. - С. 7-18. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=11635105>

Гершевич О. Особенности формирования имиджа политического лидера в современной России/ О. Гершевич // Власть.- 2007.- No 3. - С. 25-29. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-formirovaniya-imidzha-politicheskogo-lidera-v-sovremennoy-rossii>

Мякотина О. В.Технологии формирования и продвижения имиджа политического лидера в условиях общества массмедиа/ О. В. Мякотина // Власть.- 2007.- No 7. - С. 16-19. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologii-formirovaniya-i-prodvizheniya-imidzha-politicheskogo-lidera-v-usloviyah-obschestva-massmedia>

Магомедов К. Проблемы формирования позитивного имиджа государственной службы/ К. Магомедов// Гос. служба.- 2007.- No 5. - С. 35-41. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-formirovaniya-imidzha-gosudarstvennoy-sluzhby>

Володенков С. В. Применение SWOT-анализа политического имиджа в аспекте построения стратегической имиджевой концепции/ С. В. Володенков//Вестн. Моск. ун-та. Сер. 12. Полит. науки.- 2008.- No 2. - С. 17-25. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/primenenie-swot-analiza-politicheskogo-imidzha-v-aspekte-postroeniya-strategicheskoy-imidzhevoy-kontseptsii>

Лебедева Т.П. Имидж государства в мировом политическом пространстве: структурные модели формирования/ Т. П. Лебедева, Т. А. Михайленко // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 21. Управление (государство и общество).- 2011.- No 1. - С. 13-28. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-gosudarstva-v-mirovom-politicheskom-prostranstve-strukturnye-modeli-formirovaniya>

Арешев А. Виртуальная политика, сетевой электорат. Блоги стирают границы между наблюдателями и игроками // Новая политика. Интернет- журнал. Август 2008. – Режим доступа: <http://www.novopol.ru/text36121.html>

Бекетов Н.В. Имидж: ретроспективный и культурологический анализ феномена / Н.В. Бекетов // Маркетинг в России и за рубежом.- 2008.- No 3. - С. 20-26. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=11572646>

Игнатов О. Политика блога - американский опыт // Русский Журнал. 2007. – Режим доступа: http://www.russ.ru/reakcii/politika_bloga_amerikanskij_opyt6.

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Политическая имиджелогия» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана (элективная дисциплина) направления подготовки № 41.03.04 – Политология. Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой культуры мира и демократии.

Цель дисциплины: сформировать у студентов понимание стратегий эффективного построения политического имиджа и способность формировать имидж политика в публичной сфере.

Задачи:

- определение спектра стратегий, необходимых для построения эффективного имиджа политика;
- раскрытие смысловых категорий основных понятий составляющих имидж политика;
- рассмотрение принципов работы с медиа;
- анализ современных подходов к построению имиджа в публичной сфере.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ПКУ – 1 - Способен участвовать в организации управленческих процессов в органах государственной и муниципальной власти и управления, в аппаратах политических партий и общественно-политических объединений, бизнес-структурах, международных организациях, СМИ

ПКУ – 4 - Способен создавать стандартные информационные и информационно-аналитические тексты по общественно-политической проблематике

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

историю и основные модели современных политических практик, технологии политических процессов;

Уметь:

использовать методы современной политической науки и политического анализа; понимать, излагать и критически анализировать базовую общеполитологическую информацию;

Владеть:

способностью использовать теоретические общеполитологические знания на практике;

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы.