

Аккредитованное образовательное частное учреждение высшего образования
«Московский финансово-юридический университет МФЮА»
Информация о владельце:
ФИО: Забелин Алексей Григорьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 05.07.2018 20:14:42
Уникальный программный ключ:
672b4df4e1ca30b0f66ad5b6309d064a94afcfdbc652d927620ac07f8fdabb79

Протокол № 10 от 26.06.2018

Председатель совета



личная подпись

В.В. Шутенко

инициалы, фамилия

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор



Е.Г. Калинкевич

канд. пед. наук Гальцева Ирина Анатольевна

(уч. звание, степень, ФИО авторов программы)

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Формирование имиджа органов государственной власти

(наименование дисциплины (модуля))

Направление подготовки (специальность): 38.03.04 Государственное и муниципальное управление

(код, наименование без кавычек)

ОПОП: Государственная и муниципальная служба

(наименование)

Форма освоения ОПОП: очная, очно-заочная, заочная

(очная, очно-заочная, заочная)

Общая трудоемкость: 3 (з.е.)

Всего учебных часов: 108 (ак. час.)

Формы промежуточной аттестации	СЕМЕСТР		
	очная	очно-заочная	заочная
Зачет	8	9	8

Москва 2018 г.

Год начала подготовки студентов - 2018

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины	Формирование системы знаний по конструированию имиджа органов государственной власти в контексте различных уровней государственной власти.
Задачи дисциплины	освоение знаний о структуре имиджа органов государственной власти; овладение способами и методами конструирования имиджа органов государственной власти; приобретение практических навыков проведения исследований, в рамках механизма построения и продвижения имиджа органов государственной власти.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплины и практики, знания и умения по которым необходимы как "входные" при изучении данной дисциплины	Государственная и муниципальная служба Государственное регулирование экономики Основы духовно-нравственного образования
Дисциплины, практики, ГИА, для которых изучение данной дисциплины необходимо как предшествующее	Государственная итоговая аттестация

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины. Степень сформированности компетенций

Компетенции/ЗУВ	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания	ФОС
ПК24 владением технологиями, приемами, обеспечивающими оказание государственных и муниципальных услуг физическим и юридическим лицам			
Знать	Основы имиджа органов государственной власти, технологии, приемы, обеспечивающие оказание государственных и муниципальных услуг физическим и юридическим лицам.	Овладеть основами имиджа органов государственной власти, необходимые для конструирования и продвижения имиджа органов государственной власти; знает технологии, приемы, обеспечивающие оказание государственных и муниципальных услуг физическим и юридическим лицам.	Тест
Уметь	Анализировать имидж органа государственной власти.	Уметь анализировать имидж органа государственной власти, разрабатывать схемы и методы формирования имиджа органа государственной власти; пользоваться технологиями, приемами, обеспечивающими оказание государственных и муниципальных услуг физическим и юридическим лицам.	Эссе

Владеть	Навыками управления имиджем органов государственной власти, методикой планирования имиджа органов государственной власти, технологиями, приемами, обеспечивающими оказание государственных и муниципальных услуг физическим и юридическим лицам.	Владеть навыками управления имиджем органов государственной власти, методикой планирования имиджа органов государственной власти и владеть технологиями, приемами, обеспечивающими оказание государственных и муниципальных услуг физическим и юридическим лицам.	Презентация
---------	--	---	-------------

4. Структура и содержание дисциплины

Тематический план дисциплины

№	Название темы	Содержание	Литература	Формируемые компетенции
1.	Имидж государственных органов власти как основной ресурс управления и социальное понятие.	Современная форма понятия «имидж» государственных органов власти. Политические, психологические пропагандируемые характеристики. Динамичный, публичный, интеграционный, субъективный, стереотипный характеры имиджа органов государственной власти. Основные особенностям имиджа органов власти. Типологические характеристики имиджей органов государственной власти. Стихийный и искусственно создаваемый пути формирования имиджа органов государственной власти. Основные задачи имиджологии государственных органов власти. Отрицательный имидж органов государственной власти. Имидж, как отражение рейтинга. Имидж с точки зрения федеративного устройства РФ. Политический имидж государства. Основные функции имиджа органов государственной власти. Внешний и внутренний имидж. Основные функции имиджа органов государственной власти. Основные базисные блоки имиджа. Этапы формирования имиджа органов государственной власти. Работа по формированию позитивного имиджа органов государственной власти. Преобразование информации. Собирательный характер имиджа. Организационноправовое обеспечение имиджа государственных органов власти.	8.1.1, 8.1.2, 8.1.3, 8.2.1, 8.2.2	ПК24 Знать

2.	<p>Особенности формирования имиджа органов государственной власти на разных уровнях. Имидж Президента Российской Федерации. Конструирование имиджа органов государственной власти на федеральном уровне. Особенности имиджа органов власти субъектов Российской Федерации. Имидж государственного служащего. Основные проблемы формирования положительного имиджа органов государственной власти.</p>	<p>Механизм конструирования и продвижения имиджа Президента РФ. Речевая деятельность Главы государства. Принципы деятельности органов государственной власти. Основные составляющие имиджа федерального органа государственной власти. Этапы и методы конструирования имиджа федеральных органов власти. Направленность имиджа федерального органа государственной власти. Показатели эффективности работы над имиджем. Составляющие совокупного имиджа. Основные характеристики органов власти субъектов РФ. Особенности имиджа органов власти субъектов РФ. Общие технологии коммуникативной среды органов власти субъектов РФ. Показатели имиджа государственного служащего. Участники формирования позитивного имиджа. Основные проблемы формирования положительного имиджа органов государственной власти.</p>	8.1.1, 8.1.2, 8.1.3, 8.2.1, 8.2.2	ПК24 Знать
----	---	---	---	------------

3.	<p>Управление имиджем. Технологии формирования поло-жительного имиджа органов государственной власти.</p>	<p>Механизм социального управления массовым сознанием. Информационно-коммуникативные технологии. Методы управления общественным мнением. Типичные модели формирования имиджа. Асимметричная модель. Двусторонне асимметричная модель. Двусторонне симметричная модель. Основные технологии, приемы и способы внедрения в массовое сознание имиджевого образа. Позиционирование. Формы манипулятивного влияния (манипулирование образами, манипулирование управления умозаключениями, манипулирование автоматизмами). Эмоционализация (конкретизация, сопереживание, заимствование чужих эмоций). Идентификация. Политическая мифологизация. Архаизация. Дистанцирование. Визуализация. Правильно подобранные образы. Формирование у аудитории нужных моделей оценки и восприятия. Опросы общественного мнения. Внедрение моделей восприятия. нейролингвистическое программирование. Паралингвистика. Семиотика. Создание нужного формата, контекста. Вербализация. Детализация. Акцентирование внимания на "полезной" информации. Подмена целей. Метафоризация. Метод противоположных сигналов. Контекстное введение знаков. Алгоритм формирования позитивного имиджа органов государственной власти. Политические технологии, как база создания имиджа органов государственной власти. Политический и социальный PR. Стадии формирования политического решения. Технологии по связям с общественностью. Функции PR-служб в структуре государственной власти. Манипулятивные технологии. Технологии лоббистской деятельности. Технологии урегулирования политических конфликтов. Избирательные технологии. Манипулирование с истинной информацией. Манипуляции опросами общественного мнения. Деформация архетипических образов. Рефлексивное управление. Информационные технологии.</p>	8.1.1, 8.1.2, 8.1.3, 8.2.1, 8.2.2	ПК24 Уметь
----	---	--	---	------------

4.	Защита от негативного имиджа. Технологии политического прогнозирования, моделирования, факторы политического риска. Международная имиджевая политика.	Объекты формирования негативного имиджа. Анти имидж. Меры защиты от негативного имиджа. Технологии политического прогнозирования. Проблемно-целевой прогноз. Прогноз по критерию воздействия. По периоду времени. Метод формальной экстраполяции. Метод прогнозной экстраполяции. Метод коллективных и индивидуальных экспертных оценок. Метод экономического прогнозирования. Метод экономического прогнозирования. Формализованные методы. Политическое моделирование. Политические модели (когнитивные и содержательные модели). Концептуальные модели. Этапы построения прогнозной модели. Роль факторов политического риска при формировании позитивного имиджа органов государственной власти, репутационный риск. Внутренние и внешние факторы политического риска. Концепция нового национального имиджа. Этапы построение нового национального имиджа. Международная имиджевая политика.	8.1.1, 8.1.2, 8.1.3, 8.2.1, 8.2.2	ПК24 Владеть
----	---	---	---	--------------

Распределение бюджета времени по видам занятий с учетом формы обучения

№	Контактная работа			Аудиторные учебные занятия									Самостоятельная работа		
				занятия лекционного типа			лабораторные работы			практические занятия					
	очная	очнозаочная	заочная	очная	очнозаочная	заочная	очная	очнозаочная	заочная	очная	очнозаочная	заочная	очная	очнозаочная	заочная
1.	8	10	4	4	4	2	0	0	0	4	6	2	18	18	25
2.	10	10	4	6	4	2	0	0	0	4	6	2	18	18	25
3.	8	8	0	4	2	0	0	0	0	4	6	0	18	15	25
4.	4	8	0	2	2	0	0	0	0	2	6	0	18	15	19
	Промежуточная аттестация														
	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	4	4
Итого	32	38	10	16	12	4	0	0	0	14	24	4	76	70	98

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

В процессе освоения дисциплины студенту необходимо посетить все виды занятий, предусмотренные рабочей программой дисциплины и выполнить контрольные задания, предлагаемые преподавателем для успешного освоения дисциплины. Также следует изучить рабочую программу дисциплины, в которой определены цели и задачи дисциплины, компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины и планируемые результаты обучения. Рассмотреть содержание тем дисциплины; взаимосвязь тем лекций и практических занятий; бюджет времени по видам занятий; оценочные средства для текущей и промежуточной аттестации; критерии итоговой оценки результатов освоения дисциплины. Ознакомиться с методическими материалами, программноинформационным и материально техническим обеспечением дисциплины.

Работа на лекции

Лекционные занятия включают изложение, обсуждение и разъяснение основных направлений и вопросов изучаемой дисциплины, знание которых необходимо в ходе реализации всех остальных видов занятий и в самостоятельной работе студентов. На лекциях студенты получают самые необходимые знания по изучаемой проблеме. Непременным условием для глубокого и прочного усвоения учебного материала является умение студентов сосредоточенно слушать лекции, активно, творчески воспринимать излагаемые сведения. Внимательное слушание лекций предполагает интенсивную умственную деятельность студента. Краткие записи лекций, конспектирование их помогает усвоить материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях. Конспект лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Принципиальные места, определения, формулы следует сопровождать замечаниями. Работая над конспектом лекций, всегда следует использовать не только основную литературу, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор.

Практические занятия

Подготовку к практическому занятию следует начинать с ознакомления с лекционным материалом, с изучения плана практических занятий. Определившись с проблемой, следует обратиться к рекомендуемой литературе. Владение понятийным аппаратом изучаемого курса является необходимым, поэтому готовясь к практическим занятиям, студенту следует активно пользоваться справочной литературой: энциклопедиями, словарями и др. В ходе проведения практических занятий, материал, излагаемый на лекциях, закрепляется, расширяется и дополняется при подготовке сообщений, рефератов, выполнении тестовых работ. Степень освоения каждой темы определяется преподавателем в ходе обсуждения ответов студентов.

Самостоятельная работа

Студент в процессе обучения должен не только освоить учебную программу, но и приобрести навыки самостоятельной работы. Самостоятельная работа студентов играет важную роль в воспитании сознательного отношения самих студентов к овладению теоретическими и практическими знаниями, привитии им привычки к направленному интеллектуальному труду. Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. Изучение литературы следует начинать с освоения соответствующих разделов дисциплины в учебниках, затем ознакомиться с монографиями или статьями по той тематике, которую изучает студент, и после этого – с брошюрами и статьями, содержащими материал, дающий углубленное представление о тех или иных аспектах рассматриваемой проблемы. Для расширения знаний по дисциплине студенту необходимо использовать Интернет-ресурсы и специализированные базы данных: проводить поиск в различных системах и использовать материалы сайтов, рекомендованных преподавателем на лекционных занятиях.

Подготовка к сессии

Основными ориентирами при подготовке к промежуточной аттестации по дисциплине являются конспект лекций и перечень рекомендуемой литературы. При подготовке к сессии студенту следует так организовать учебную работу, чтобы перед первым днем начала сессии были сданы и защищены все практические работы. Основное в подготовке к сессии – это повторение всего материала курса, по которому необходимо пройти аттестацию. При подготовке к сессии следует весь объем работы распределять равномерно по дням, отведенным для подготовки, контролировать каждый день выполнения работы.

6. Фонды оценочных средств для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации и самоконтроля по итогам освоения дисциплины

Технология оценивания компетенций фондами оценочных средств:

- формирование критериев оценивания компетенций;
- ознакомление обучающихся в ЭИОС с критериями оценивания конкретных типов оценочных средств;
- оценивание компетенций студентов с помощью оценочных средств программы практики - защита отчета по практике в форме собеседования;
- публикация результатов освоения ОПОП в личном кабинете в ЭИОС обучающегося;

Тест для формирования «Знать» компетенции ПК24

Вопрос №1. Кем впервые официально был использован термин "Паблик Рилейшнз"?

Варианты ответов:

1. Деном Форрестолом.
2. Томасом Джефферсоном.
3. Джоржем Бушем младшим.
4. Семом Блейком.

Вопрос №2.

PR-это использование информации для влияния на:

Варианты ответов:

1. Общественное мнение.
2. Государственные органы власти.
3. Средства массовой информации.
4. Покупателей.

Вопрос №3. С какого времени управление общественными отношениями (PR) считается элементом цивилизованных отношений власти и общества?

Варианты ответов:

1. С начала XVIII века.
2. С начала XIX века.
3. С начала XX века.
4. С начала XXI века.

Вопрос №4.

Бегущая строка - это:

Варианты ответов:

1. Объявления дикторов с рекламными предложениями.
2. Текстовая строка внизу кадра, движущаяся, как правило, справа налево и передающая информацию.
3. Заставка перед началом или после окончания программы с логотипом фирмы-рекламодателя.

Вопрос №5. Продолжительность радиоклипа варьируется:

Варианты ответов:

1. От одной до трех минут.
2. От пяти секунд до одной минуты.
3. От трех минут и более.

Вопрос №6. Что является главной целью PR?

Варианты ответов:

1. Изменение общественного мнения.
2. Повышение уровня продаж.
3. Доведение информации до потребителей.
4. Повышение рейтинга компании.

Вопрос №7. Что является объектом PR?

Варианты ответов:

1. Средства массовой информации.
2. Общество.
3. Информация.
4. Комерческие организации.

Вопрос №8. Что из перечисленного ниже не является субъектом PR?

Варианты ответов:

1. Религиозные организации.
2. Общество.
3. Органы государственной власти.
4. Бизнес организации.

Вопрос №9. Что используется в PR для влияния на общественное мнение?

Варианты ответов:

1. Информация.
2. Законодательные акты.
3. Коммерческие организации.
4. Подручные средства.

Вопрос №10. Логотип – это:

Варианты ответов:

1. Оригинальное графическое изображение, символ, обозначающий (компанию, фирму).
2. Графическая композиция с фирменным названием организации (предприятия, компании).
3. Единый художественно-графический подход к оформлению всей совокупности рекламных материалов.

Вопрос №11.

Какие основные задачи предприятия решает PR?

Варианты ответов:

1. Позволяет организации продавать свои товары.
2. Повышает имидж орггаанизации.
3. Позволяет установить коммуникативную связь с потреибителем.

Вопрос №12. Кто из отечественных поэтов работал в организации, которую сегодня можно было бы назвать рекламным агентством?

Варианты ответов:

1. Пушкин
2. Маяковский
3. Высоцкий

Вопрос №13. Фотография появилась в 1839 году. И практически сразу на Западе ее стали использовать в рекламе. В России же еще долго использовали не фото, а рисунок. В каком году появилась в российской рекламе фотография?

Варианты ответов:

1. 1861 г.
2. 1913 г.
3. 1961 г.

Вопрос №14. В XV веке Гутеннберг изобрел ... и это оказало влияние на развитие рекламы. Вставьте пропущенное слово

Варианты ответов:

1. Бумагу
2. Литографию

3. Печатный станок

Вопрос №15. Как называлась стена объявлений в Древней Греции?

Варианты ответов:

1. Стенус
2. Амбус
3. Никак не называлась.

Вопрос №16.

Основной элемент системы фирменного стиля.

Варианты ответов:

1. Слоган.
2. Фирменный знак.
3. Фирменный шрифты.
4. Все составляющие.

Вопрос №17.

Константой рекламной кампании является следующий текстовый элемент объявления:

Варианты ответов:

1. Вступительная часть.
2. Слоган.
3. Информационный блок.
4. Заголовок.

Вопрос №18.

Информационно-силовое обеспечение манипулятора в манипулятивных технологиях делового общения складывается из совокупного взаимодействия

Варианты ответов:

1. Когнитивно-рациональных сил адресата психологического воздействия.
2. Личностно-психологических сил манипулятора.
3. Привлеченных (заимствованных) сил, которые создаются другими личностями.

Вопрос №19.

Деловые партнеры с визуальной модальностью мыслят преимущественно:

Варианты ответов:

1. Аудиальными образами
2. Зрительными образами
3. Тактильными образами

Вопрос №20.

Вербальные коммуникации осуществляются с помощью:

Варианты ответов:

1. Информационных технологий.
2. Определенного темпа речи.
3. Устной речи.

Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	от 0% до 30% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Удовлетворительно	от 31% до 50% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Хорошо	от 51% до 80% правильных ответов из общего числа тестовых заданий

Отлично	от 81% до 100% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
---------	--

Эссе для формирования «Уметь» компетенции ПК24

Написать эссе на тему (выбрать одну):

1. Идея в рекламном тексте;
2. Методика создания рекламного ролика. Мифы и сказки, используемые в рекламе товаров и услуг;
3. Системный подход при работе с брифом;
4. Слоган в политической рекламе;
5. Стилистическое своеобразие текста в рекламе различных продуктов;
6. Специфика рекламного текста в различных СМИ;
7. Подготовка речи как особый вид аналитической и публицистической работы;
8. Учет индивидуальности политика и особенности работы спичрайтера;
9. Жанровое многообразие текстов в работе спичрайтера;
10. Использование технологий newmedia в оформлении текстов. Специфика подготовки рекламных текстов «малого жанра» в работе спичрайтера;
11. Психология восприятия рекламных текстов;
12. Объект рекламы и текст;
13. Реклама одного продукта в различных носителях. Сходства и различия.
14. Особенности рекламного текста в «вирусном видео» (короткие ролики).

Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Тема эссе нераскрыта, отсутствует связь между частями работы; выводы не вытекают из основной части
Удовлетворительно	Тема раскрывается не полностью, допущены отклонения от нее или отдельные ошибки в изложении фактического материала; обнаруживается недостаточное умение делать выводы и обобщения; материал излагается достаточно логично, но имеются отдельные нарушения последовательности выражения мыслей; выводы не полностью соответствуют содержанию основной части
Хорошо	Достаточно полно и убедительно раскрывается тема с незначительными отклонениями от нее; обнаруживаются хорошие знания материала и умение пользоваться ими для обоснования своих мыслей, а также делать выводы и обобщения; логическое и последовательное изложение текста работы; написано правильным литературным языком, стилистически соответствует содержанию; имеются единичные фактические неточности, незначительные нарушения последовательности в изложении мыслей; заключение содержит выводы, логично вытекающие из содержания основной части
Отлично	Содержание работы полностью соответствует теме; глубоко и аргументировано раскрывается тема, что свидетельствует об отличном знании проблемы и дополнительных материалов, необходимых для ее освещения; стройное, логическое и последовательное изложение мыслей; написано правильным литературным языком и стилистически соответствует содержанию; заключение содержит выводы, логично вытекающие из содержания основной части

Презентация для формирования «Владеть» компетенции ПК24

Подготовить презентацию на тему (выбрать)

1. Институт публич-релейшнз (PR), его становление и развитие в России.

2. Предмет, структура и основные функции PR.
3. Развитие института PR в США и Европе.
4. Управление и информация. Организационные структуры PR.
5. Роль PR в государственном управлении.
6. Паблик-релейшнз в политике.
7. Политическая реклама: структура, функции, цели, принципы.
8. Имидж политического лидера: условия и технологии формирования.
9. PR в бизнесе. Характеристика маркетинговых коммуникаций.
10. Коммерческая реклама: содержание и основные виды.
11. Понятие и типология организаций. Фирменный стиль и корпоративная культура.
12. Имидж фирмы. Фирменный стиль и корпоративная культура.
13. Коммуникативный процесс: структура, элементы, функции.
14. Информационная культура государственного служащего.
15. Коммуникации в организациях: внутренние и внешние взаимодействия с общественностью.
16. Общение и коммуникация — основа деятельности PR.
17. Коммуникационные барьеры и условия их преодоления.
18. Понятие «общественность». Внутренние и внешние связи с общественностью в сфере деятельности PR.
19. Понятия «имидж», «образ», «стереотип». Взаимодействие имиджа и стереотипа в деятельности PR.
20. Стереотипы восприятия имиджа организации и потребительское поведение.
21. Паблик-релейшнз — имидж профессии: знания, навыки, личностные качества.
22. Информационно аналитические центры и их роль в процессе принятия управленческого решения.
23. PR и средства массовой информации: система взаимодействия.
24. Пресс-служба — организационная структура PR.
25. Специфика деятельности пресс служб в органах исполнительной и законодательной ветвей власти.
26. Система средства массовой информации современной России.
27. Кризисный PR: методы управления кризисами и конфликтными ситуациями
28. Понятие «общественное мнение», структура и функции.
29. Формирование и методы исследования общественного мнения.
30. Информационные ресурсы Российской Федерации.
31. Информационные каналы Российской Федерации.
32. Информационная политика России: проблемы, тенденции развития.
33. Роль СМИ и PR в реализации прав человека на информацию.
34. Обеспечение информационной безопасности личности, общества и государства Российской Федерации.
35. Конституция Российской Федерации об информационных правоотношениях.
36. Правовые основы деятельности паблик-релейшнз.
37. Слухи — неформальная коммуникация. Виды слухов и борьба с ними.
38. Право граждан Российской Федерации на достоверную информацию.

39. Экономические, правовые, этические предпосылки и условия формирования достоверной информации в СМИ.
40. Защита граждан от недобросовестной и вредной информации.
41. Паблик-релейшнз и система маркетинга.
42. Сегментация рынка потребителей.
43. Создание общественной репутации фирмы.
44. Паблисити, спонсорство, благотворительность.
45. Этические нормы и кодексы чести специалиста PR.
46. Исследовательские программы PR.
47. Методы и технологии воздействия на общественность.
48. Искусство ведения переговоров.
49. Основные организационные формы паблик-релейшнз.
50. Организация и проведения пресс-конференций.

Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	В презентации не раскрыто содержание представляемой темы; имеются фактические (содержательные), орфографические и стилистические ошибки. Не представлен перечень источников. Цветовые, шрифтовые решения, расположение текстов и схем не соответствуют требованиям реализации принципа наглядности в обучении
Удовлетворительно	Презентация включает менее 8 слайдов основной части. В презентации не полностью раскрыто содержание представляемой темы, нечетко определена структура презентации, имеются содержательные, орфографические и стилистические ошибки (более трех), представлен перечень источников. Цветовые, шрифтовые решения, расположение текстов и схем соответствуют требованиям реализации принципа наглядности в обучении
Хорошо	Презентация включает менее 12 слайдов основной части. В презентации не полностью раскрыто содержание представляемой темы, четко определена структура презентации, имеются незначительные содержательные, орфографические и стилистические ошибки (не более трех), представлен перечень источников. Цветовые, шрифтовые решения, расположение текстов и схем в полной мере соответствуют требованиям реализации принципа наглядности в обучении
Отлично	Презентация включает не менее 12 слайдов основной части. В презентации полностью и глубоко раскрыто содержание представляемой темы, четко определена структура презентации, отсутствуют фактические (содержательные), орфографические и стилистические ошибки, представлен перечень источников. Цветовые, шрифтовые решения, расположение текстов и схем соответствуют требованиям реализации принципа наглядности в обучении

Вопросы для проведения промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Тема 1. Имидж государственных органов власти как основной ресурс управления и социальное понятие.

1. Преобразование информации.
2. Собирательный характер имиджа.
3. Организационно-правовое обеспечение имиджа государственных органов власти.

Тема 2. Особенности формирования имиджа органов государственной власти на разных уровнях. Имидж Президента Российской Федерации. Конструирование имиджа органов государственной власти на федеральном уровне. Особенности имиджа органов власти субъектов Российской Федерации. Имидж государственного служащего. Основные проблемы формирования положительного имиджа органов государственной власти.

4. Показатели имиджа государственного служащего.
5. Участники формирования позитивного имиджа.
6. Основные проблемы формирования положительного имиджа органов государственной власти.

Тема 3. Управление имиджем. Технологии формирования положительного имиджа органов государственной власти.

7. Манипулятивные технологии.
8. Технологии лоббистской деятельности.
9. Технологии урегулирования политических конфликтов.
10. Избирательные технологии.
11. Манипулирование с истинной информацией.

Тема 4. Защита от негативного имиджа. Технологии политического прогнозирования, моделирования, факторы политического риска. Международная имиджевая политика.

12. Роль факторов политического риска при формировании позитивного имиджа органов государственной власти. репутационный риск.
13. Внутренние и внешние факторы политического риска. Концепция нового национального имиджа.
14. Этапы построение нового национального имиджа.
15. Международная имиджевая политика.

Уровни и критерии итоговой оценки результатов освоения дисциплины

	Критерии оценивания	Итоговая оценка
Уровень 1. Недостаточный	Незнание значительной части программного материала, неумение даже с помощью преподавателя сформулировать правильные ответы на задаваемые вопросы, невыполнение практических заданий	Неудовлетворительно/Незачтено
Уровень 2. Базовый	Знание только основного материала, допустимы неточности в ответе на вопросы, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач	Удовлетворительно/зачтено
Уровень 3. Повышенный	Твердые знания программного материала, допустимые несущественные неточности при ответе на вопросы, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач	Хорошо/зачтено
Уровень 4. Продвинутый	Глубокое освоение программного материала, логически стройное его изложение, умение связать теорию с возможностью ее применения на практике, свободное решение задач и обоснование принятого решения	Отлично/зачтено

7. Ресурсное обеспечение дисциплины

Лицензионное программноинформационное обеспечение	<ol style="list-style-type: none"> 1. Microsoft Windows 2. Microsoft Office 3. Google Chrome 4. Kaspersky Endpoint Security 5. «Антиплагиат.ВУЗ»
Современные профессиональные базы данных	<ol style="list-style-type: none"> 1. Консультант+ 2. http://www.garant.ru (ресурсы открытого доступа)
Информационные справочные системы	<ol style="list-style-type: none"> 1. https://elibrary.ru - Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (ресурсы открытого доступа) 2. https://www.rsl.ru - Российская Государственная Библиотека (ресурсы открытого доступа) 3. https://link.springer.com - Международная реферативная база данных научных изданий Springerlink (ресурсы открытого доступа) 4. https://zbmath.org - Международная реферативная база данных научных изданий zbMATH (ресурсы открытого доступа)
Интернет-ресурсы	<ol style="list-style-type: none"> 1. http://window.edu.ru - Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" 2. https://openedu.ru - «Национальная платформа открытого образования» (ресурсы открытого доступа)
Материальнотехническое обеспечение	<p>Лекции: 3.4 Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации 20 посадочных места, Аудитория оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: - комплекты учебной мебели, - демонстрационное оборудование – проектор и компьютер - учебно-наглядные пособия</p> <p>Список ПО на ноутбуках: Microsoft Windows (Сублицензионный договор №Tr000153268 от 12-04-2017 Microsoft Imagine Premium Renewed Subscription 3 year), Microsoft Office(Сублицензионный договор №Tr000235407 от 16-03-2018), Google Chrome (Свободно распространяемое ПО), Kaspersky Endpoint Security(стандартный Russian Edition 1000-1499 Node 2 year Education Renewal License от 20-09-2018 до 21-11-2020). Браузер Спутник (Свободно распространяемое ПО)</p> <p>Практические занятия (Семинары): 2.4 Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, 32 посадочных мест, рабочее место преподавателя, оснащенные учебной Аудитория оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: - комплекты учебной мебели, - демонстрационное оборудование – проектор и компьютеры, - класс ПК, объединённых в локальную сеть, с выходом на эл.портал МФЮА</p> <p>Список ПО на ноутбуках: Microsoft Windows (Сублицензионный договор №Tr000153268 от 12-04-2017 Microsoft Imagine Premium Renewed Subscription 3 year), Microsoft Office(Сублицензионный договор №Tr000235407 от 16-03-2018), Google Chrome (Свободно распространяемое ПО), Kaspersky Endpoint Security(стандартный Russian Edition 1000-1499 Node 2 year Education Renewal License от 20-09-2018 до 21-11-2020).</p>

Информационно-справочная система «Консультант – плюс» (Договор об информационной поддержке от 27 декабря 2013 года)
 Браузер Спутник (Свободно распространяемое ПО)

Групповые и индивидуальные консультации, текущий контроль:

2.6 Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации

26 посадочных мест,

Аудитория оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения:

- комплекты учебной мебели,
- демонстрационное оборудование – проектор и компьютеры,
- класс ПК, объединённых в локальную сеть, с выходом на эл.портал МФЮА

Список ПО на ноутбуках:

Microsoft Windows (Сублицензионный договор №Tr000153268 от 12-04-2017 Microsoft Imagine Premium Renewed Subscription 3 year),

Microsoft Office(Сублицензионный договор №Tr000235407 от 16-03-2018),

Google Chrome (Свободно распространяемое ПО),

Kaspersky Endpoint Security(стандартный Russian Edition 1000-1499 Node 2 year Education Renewal License от 20-09-2018 до 21-11-2020).

Информационно-справочная система «Консультант – плюс» (Договор об информационной поддержке от 27 декабря 2013 года)

Браузер Спутник (Свободно распространяемое ПО)

Промежуточная аттестация:

3.4 Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации

20 посадочных места,

Аудитория оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения:

- комплекты учебной мебели,
- демонстрационное оборудование – проектор и компьютер
- учебно-наглядные пособия

Список ПО на ноутбуках:

Microsoft Windows (Сублицензионный договор №Tr000153268 от 12-04-2017 Microsoft Imagine Premium Renewed Subscription 3 year),

Microsoft Office(Сублицензионный договор №Tr000235407 от 16-03-2018),

Google Chrome (Свободно распространяемое ПО),

Kaspersky Endpoint Security(стандартный Russian Edition 1000-1499 Node 2 year Education Renewal License от 20-09-2018 до 21-11-2020).

Информационно-справочная система «Консультант – плюс» (Договор об информационный поддержке от 27 декабря 2013 года)

Браузер Спутник (Свободно распространяемое ПО)

8. Учебно-методические материалы

№	Автор	Название	Издательство	Год издания	Вид издания	Кол-во в библиотеке	Адрес электронного ресурса	Вид доступа
1	2	3	4	5	6	7	8	9
8.1 Основная литература								
8.1.1	Горчакова В.Г.	Имиджелогия. Теория и практика	ЮНИТИ-ДАНА	2015	учебное пособие	-	http://www.iprbookshop.ru/52471.html	по логину и паролю
8.1.2	Елкина М.В.	Имиджелогия	Сибирский государственный университет физической культуры и спорта	2013	учебнометодическое пособие	-	http://www.iprbookshop.ru/65055.html	по логину и паролю

8.1.3	Ким Л.М.	Политическая имиджелогия	Казахский национальный университет им. аль-Фараби	2012	учебнометодическое пособие	-	http://www.iprbookshop.ru/61203.html	по логину и паролю
8.2 Дополнительная литература								
8.2.1	Головлева Е.Л. Грибок Н.Н. Мухаев Р.Т.	Молодежная имиджелогия	Московский гуманитарный университет	2015	учебное пособие	-	http://www.iprbookshop.ru/74708.html	по логину и паролю
8.2.2	Беляева М.А. Самкова В.А.	Азы имиджелогии. Имидж личности, организации, территории	Кабинетный ученый	2017	учебное пособие	-	http://www.iprbookshop.ru/75000.html	по логину и паролю

9. Особенности организации образовательной деятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья

В МФЮА созданы специальные условия для получения высшего образования по образовательным программам обучающимися с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ).

Для перемещения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в МФЮА созданы специальные условия для беспрепятственного доступа в учебные помещения и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

При получении образования обучающимся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература. Также имеется возможность предоставления услуг ассистента, оказывающего обучающимся с ограниченными возможностями здоровья необходимую техническую помощь, в том числе услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Получение доступного и качественного высшего образования лицами с ограниченными возможностями здоровья обеспечено путем создания в университете комплекса необходимых условий обучения для данной категории обучающихся. Информация о специальных условиях, созданных для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, размещена на сайте университета (<http://www.mfua.ru/sveden/objects/#objects>).

Для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата обеспечиваются и совершенствуются материально-технические условия беспрепятственного доступа в учебные помещения, столовую, туалетные, другие помещения, условия их пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и др.).

Для адаптации к восприятию обучающимися инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушенным слухом справочного, учебного материала, предусмотренного образовательной программой по выбранным направлениям подготовки, обеспечиваются следующие условия:

- для лучшей ориентации в аудитории, применяются сигналы, оповещающие о начале и конце занятия (слово «звонок» пишется на доске);
- внимание слабослышащего обучающегося привлекается педагогом жестом (на плечо кладется рука, осуществляется нерезкое похлопывание);
- разговаривая с обучающимся, педагог смотрит на него, говорит ясно, короткими предложениями, обеспечивая возможность чтения по губам.

Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих инвалидов и лиц с ОВЗ проводится за счет:

- использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения;
- регулярного применения упражнений на графическое выделение существенных признаков предметов и явлений;
- обеспечения возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной почте по мере необходимости.

Для адаптации к восприятию инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушениями зрения справочного, учебного, просветительского материала, предусмотренного образовательной программой МФЮА по выбранной специальности, обеспечиваются следующие условия:

- ведется адаптация официального сайта в сети Интернет с учетом особых потребностей инвалидов по зрению, обеспечивается наличие крупношрифтовой справочной информации о расписании учебных занятий;
- в начале учебного года обучающиеся несколько раз проводятся по зданию МФЮА для запоминания месторасположения кабинетов, помещений, которыми они будут пользоваться;
- педагог, его собеседники, присутствующие представляются обучающимся, каждый раз называется тот, к кому педагог обращается;
- действия, жесты, перемещения педагога коротко и ясно комментируются;
- печатная информация предоставляется крупным шрифтом (от 18 пунктов), тотально озвучивается; обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений;
- предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснения на диктофон (по желанию обучающегося).

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для обучающихся с ОВЗ определяется преподавателем в соответствии с учебным планом. При необходимости обучающемуся с ОВЗ с учетом его индивидуальных психофизических особенностей дается возможность пройти промежуточную аттестацию устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п., либо предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.

Год начала подготовки студентов - 2018