

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



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

ИСТОРИКО-АРХИВНЫЙ ИНСТИТУТ

Учебно-научный центр «Новая Россия. История постсоветской России»

ПОЛИТИЧЕСКИЙ ИМИДЖ И ПОЛИТИЧЕСКАЯ СИМВОЛИКА

Рабочая программа дисциплины

Направление подготовки:

41.03.06. Публичная политика и социальные науки

Уровень высшего образования: бакалавриат

Форма обучения – очная, очно-заочная

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2023

Политический имидж и политическая символика

Рабочая программа дисциплины

Составитель(и):

Канд. ист. наук, доц. Т.Ю. Луцина

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания Учебно-научного центра
«Новая Россия. История постсоветской России»

№ 4 от 14.04.2023

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка

1.1 Цель и задачи дисциплины *(модуля)*

1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине *(модулю)*

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 дисциплины состоит в изучении основ политической имиджеологии, а также политической символики как содержательной составляющей процесса формирования имиджа, как политического лидера, так и политической партии и государства.

Задачи дисциплины:

- объяснить феномен имиджа, познакомиться с понятийным аппаратом имиджеологии;
- показать специфику функционирования информационно-коммуникативных маркетинговых технологий, используемых в процессе конструирования политического имиджа;
- рассмотреть политическую символику как инструментально-содержательное поле для конструирования политических имиджей;
- рассмотреть психологический аспект формирования и функционирования политической символики;
- изучить технологии конструирования имиджа политических лидеров, политических партий и государства;
- рассмотреть специфику функционирования политического имиджмейкерства в современной России.

1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

Коды компетенции	Содержание компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-1 Способен самостоятельно планировать и проводить исследования в сфере публичной политики	ПК-1.1 Выявляет актуальные научные проблемы в области публичной политики, разрабатывает методологический инструментарий.	Знать: информационно-коммуникативные маркетинговые технологии формирования имиджа.
	ПК-1.2 Составляет поэтапный план и программу реализации научного исследования, его отдельных разделов.	Уметь: иметь навыки в формировании политических имиджей с использованием политической символики.
	ПК-1.3 Проводит исследования в рамках индивидуальных и коллективных научно-исследовательских проектов	Владеть: - практическими знаниями в области политического имиджмейкерства; - методами работы с персональными, корпоративными и национальными имиджами

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Политический имидж и политическая символика» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока дисциплин учебного плана.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин: «История современной России», «Технологии визуализации в публичной политике».

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часов.

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
3	Лекции	20
	Семинары/лабораторные работы	22
Всего:		42

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 66 академических часов.

Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
3	Лекции	12
	Семинары/лабораторные работы	12
Всего:		24

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 84 академических часов.

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
Тема 1.	Основы имиджевой коммуникации в политике	Историко-теоретические основы политической имиджеологии как системы научного знания. Что такое имидж. Типы и функции имиджа. Имидж в политике. Символическое поле политики. Основные закономерности формирования политического имиджа.
Тема 2.	Информационно-коммуникативные маркетинговые технологии в конструировании политического имиджа.	ИКТ: виды и функции. Информационные технологии как фактор эффективного функционирования имиджа. Место PR-воздействия в имиджевых коммуникациях. Категоризация политических имиджей в массовых сознаний. СМИ как социальный феномен массовых политических коммуникаций. Процесс распространения политических имиджей через PR-технологий. Имидж и бренд в политической рекламе. Политический имидж в политической рекламе как фактор общественного сознания.
Тема 3.	Типы политической символики в конструировании политического имиджа.	Философской традиции в понятие символа. Культура и символ. Определение политической символики. Виды и формы политической символики. Классификация политической символики Г.Д. Лассуэла и А. Каплана. Национально-государственная политическая символика. Ритуально-процессуальная символика и политико-музыкальная символика. Предметно-объектная политическая символика. Люди как политические символы. Использование политических символов в конструировании политического имиджа.
Тема 4.	Психология политической символики в конструировании политического имиджа.	Политическая психология. Национально-психологические особенности политических символов. Психологическое воздействие политической символики. Символика цвета в государственных флагах стран. Закономерности ее прочтения в связи с историко-культурными традициями. Разрушение политических символов.
Тема 5.	Политический имиджмейкинг политического кандидата, политической партии, государства.	Технологии персонального имиджа в политических коммуникациях. Матрица персонального имиджа. Репутационный капитал имиджа. Технологии брендинга имиджа политического кандидата. Индустрия высокой популярности в политике. Секторы и иерархии высокой популярности. Стратегии достижения и удержания высокой популярности: этапы процесса трансформации имиджа, дистрибуция бренда, продвижение бренда, удержание позиции на рынке политических брендов. Управление идентичностью бренда в условиях непрерывно меняющегося рынка. Формирование имиджа политической партии как корпоративного бренда. Дизайн территории и здания. Эргономика и эстетика служебного помещения. Состояние интернет-сайта. Социальный резонанс публичных акций.

		Презентабельность персонала. Наличие звездных личностей. Корпоративная культура в партии. Формирование странового бренда. Влияние кросс-культурных коммуникаций на имидж страны. Исторический, социокультурный, экономический, вооруженный, демографический, природно-климатический, энергоресурсный капитал страны в проблеме формирования странового бренда.
Тема 6.	Политический имиджмейкинг в современной России.	Символично-политическое пространство современной России. Особенности формирования имиджа политических лидеров в современной России. Имидж Путина: модель, легенда, связь с аудиторией, международный авторитет. Имидж политических партий современной России. Русское мифо-фольклорное поле для создания корпоративного имиджа политических партий. Формирование имиджа России в исторической перспективе.

4. Образовательные технологии

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются различные образовательные технологии. Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

Шкала оценки освоения курса

Раздел курса	Недели семестра	Макс. кол. баллов	Формы текущего контроля и промежуточной аттестации	Проверяемый компонент компетенции
Тема 1.	1-2	10	дискуссии по докладам или по темам, анализ реальных проблемных ситуаций (Case-study);	ПК-1, ПК-2
Тема 2.	2-3	10	дискуссии по докладам или по темам, анализ реальных проблемных ситуаций (Case-study);	ПК-1, ПК-2
Тема 3.	3-4	10	дискуссии по докладам или по темам, анализ реальных проблемных ситуаций (Case-study);	ПК-1, ПК-2
Тема 4.	4-5	10	дискуссии по докладам или по темам, анализ реальных проблемных ситуаций (Case-study);	ПК-1, ПК-2
Тема 5.	5-6	10	дискуссии по	ПК-1, ПК-2

			докладам или по темам, анализ реальных проблемных ситуаций (Case-study);	
Доклад / Реферат 1		10	Доклад	ПК-1, ПК-2
Промежуточная аттестация		40	Зачет	ПК-1, ПК-2
Всего		100		

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 выставляется 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 выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетворительно»/ «зачтено (удовлетворительно)»/ «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>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	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. 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. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

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

Примерная тематика докладов / рефератов:

- Имиджевые коммуникации в политике;
- понятие имиджа: зарубежный и российский научно-практический опыт
- Символическое пространство политики
- Виды и формы политической символики.
- Классификация политической символики Г.Д.Лассуэла и А.Каплана
- Информационно-коммуникативные маркетинговые технологии в конструировании политического имиджа
- Политический имиджмейкинг: персональный имидж политического лидера, корпоративный имидж политической партии, формирование национального образа страны
- Политический имиджмейкинг в современной России.

По согласованию с преподавателем студент может выбрать иную тему доклада / реферата.

Контрольные вопросы:

- Основы понимания политического имиджа;
- основы имиджевой институционализации;
- основные механизмы и пути формирования положительного политического имиджа;
- основные проблемы при формировании положительного имиджа государства;
- основы информационно-психологического воздействия на социум в целях формирования положительного политического имиджа кандидата, государственного деятеля, иного политического института, в том числе, и самого государства.

- Определение политической символики.
- Виды и формы политической символики.
- Классификацию политической символики Г.Д. Лассуэла и А. Каплана
- Философской традиции в понятие символа. Культура и символ.
- Динамические и статистические символы.
- Понятие государственной символики.
- Мифологические персонажи в государственных символах различных стран и их связи с историко-культурной традицией
- Политические лидеры. Политическое лидерство как специфический тип политического поведения.
- Российское символическое поле
- Имидж российских политических лидеров

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

Основная:

- Баскаков Э.Г. Биография гербов, флагов, гимнов зарубежных стран. - М.: Политиздат, 2008
- Бренд Америка: мать всех брендов/ Саймон Анхольт, Джереми Хильдрет. — М.: ООО «Издательство «Добрая книга», 2010. — 232 с
- Почепцов Г. Г.. Паблик рилейшнз, или как успешно управлять общественным мнением. – М.: Центр, 1998, с. 344)
- Гозман Л.Я. Шестопап Е.Б. Политическая психология. - Ростов-наДону, Изд-во «Феникс», 2007. 448 с.
- Горелов И.Н., Енгальчев В.Ф. Безмолвной мысли знак: рассказы о невербальной коммуникации.- М.: Мол. Гвардия, 1991.-240с.
- Денни К. Брендинг территории. Лучшие мировые практики. М, 2013/
http://www.universalinternetlibrary.ru/book/53403/chitat_knigu.shtml
- Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием-2 – М.: Эксмо: Алгоритм, 2009
- Котлер Ф. Персональный брендинг. М, 2008 – 400с
- Крысько В.Г. Секреты психологической войны - Мн.: Харвест, 1999.
- Лебедев-Любимов А. Психология рекламы. – СПб.:Питер, 2002. – 368с.
- Лисовский С.Ф. Политическая реклама. М.: ИЦВ «Маркетинг», 2000.
- Мисюров Д.А. Политическая символика: между идеологией и рекламой.//Полис, 1999, №1, с. 168-174.
- Мисюров Д.А. Политическая символика: структура и функции.// Вестник МГУ, Сер. 12, политические науки, 1999, 1.
- Политическая имиджеология. / под ред. А.А. Деркача и Е.Б. Перельгиной. М, 2006 – 400с
- Политический менеджмент: учебное пособие/под общей редакцией В.И. Жукова, А.В. Карпова, Л.Г. Лаптева,О.Ф. Шаброва –М, 2004.-944с
- Попов В.А. Символы власти и власть символов Символы и атрибуты власти. Сборник Отв. ред. В.А. Попов, СПб., 1996.
- Поцелуев С.П. Символическая политика: констелляция понятий для подхода к проблеме Полис, 1999, 5, с. 62-75
- Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов.- М.: “Рефл-бук”, К.: “Ваклер”.-2010.-624с.
- Соболева Н.А. Российская государственная символика: история и современность. - М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2002. 208 с

- Соболева Н.А. Символы России. - М.: Панорама, 1993. 208 с.
- Ульянов А.В. Русская символика – М: АСТ: Астрель: Владимир ВКТ, 2010
- Цуладзе А.М. Формирование имиджа политика в России. - М.: Книжный дом «Университет», 1999. - 144 с.
- Шепель В.М. Профессия имиджмейкер. Ростов н/д, 2008. – 523
- Щербинина Н.Г. Цветовая классификация политических лидеров России или лидер белый, красный и черный. Полис, 2004.

Дополнительная:

- Аакер Д. Йорхимштайлер Бренд-лидерство: новая концепция брендинга., М., 2003
- Альтшуллер А. Суперменеджер: имидж и самопрезентация. Практическое пособие по имиджелогии. – М, 2004
- Анохин М.Г., Комаровский В.С. Политика: возможность современных технологий. М., 1998.
- Блэк С. Паблик рилейшнз. Что это такое? – М.: 1990
- Вебер М. Политика как призвание и профессия // В кн.: Вебер М. Избранные произведения. М., 1990.
- Гарет М. Имиджи организации: восемь моделей организационного развития. М, 2006
- Государственная служба: Группа интересов. Лоббирование. Взгляд из-за рубежа. Вып. 4. РАГС. М., 1995.
- Завершинский К.Ф. Методологическая комплементарность в исследовании символических матриц динамики политических институтов.// Полис, 2003, 1, с. 39-49.
- Имидж лидера. Психологическое пособие для политиков. - М.: Общество «Знание» России, 1994. - 265 с.
- Имиджеология-2003: современное состояние и перспективы и перспективы развития материалы Первого Международного симпозиума «Имиджеология-2003»/под ред. Е. Петровой. М, 2003
- Имиджеология-2004: состояние, направления, проблемы, материалы Второго международного симпозиума по имиджеологии/ под ред. Е.А. Петровой. М: РИЦАИМ, 2004
- Имиджеология-2005: состояние, направления, проблемы, материалы Второго международного симпозиума по имиджеологии/ под ред. Е.А. Петровой. М: РИЦАИМ, 2005
- Имиджеология-2006: состояние, направления, проблемы, материалы Второго международного симпозиума по имиджеологии/ под ред. Е.А. Петровой. М: РИЦАИМ, 2006
- Корпоративная имиджеология//Научно-практический журнал. Учредитель АИМ
- Куликова В. Язык внешности. Как создать свой имидж. М, 2006
- Похлебкин В.В. Словарь международной символики и эмблематики. - М.: Международные отношения, 1994.
- Райгородский Д.Я. Психология и психоанализ власти. Хрестоматия в 2-х т. - Самара: Издательский Дом «БАХРАХ», 1999. - 608 с
- Сикевич З.В. «Образ» прошлого и настоящего в символическом сознании россиян.// Социс, 1999, 1, с. 87-92.
- Скок А. Социальные технологии, теоретические и методические основы проектирования и внедрения. М., 1997.
- Скрынников Р.Г. Святители и власти. - Л.: Лениздат, 1990. 347 с.
- Соловьев А.И. Политология: Политическая теория, политические технологии. – М.: Аспект Пресс, 2000
- Феофанов О. Реклама. Новые технологии в России. СПб.:Питер, 2002. – 384с.
- Фоли Дж. Энциклопедия знаков и символов. - М.: Вече-АСТ, 2008.

- Франц А.С. Российская корпоративная культура. Екатеринбург, 2001.
- Хромов Л.Н. Рекламная деятельность: искусство, теория, практика. – Петрозаводск: АО «Фолиум», 1994 – 308с.
- Шмит Б., Симонсон А. Эстетика маркетинга: Стратегия менеджмента, создание бренда и имиджа. М, 2005
- Щербинина Н.Г. Цветовая классификация политических лидеров России или лидер белый, красный и черный. Полис, 2004.

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

№ п/п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. WebofScience 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

<p>Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.</p> <p>Специализированная мебель: рабочие места для обучающихся, рабочее место для педагогического работника, доска (для написания маркером). Демонстрационное оборудование/Технические средства: проектор (стационарный), персональный компьютер для педагогического работника</p>
<p>Помещ. для самостоятельной работы обучающихся. Читальный зал Научной библиотеки (филиал библиотеки в Историко-архивном институте).</p> <p>Комплект специализированной мебели: учебная мебель, компьютерные столы</p> <p>Технические средства: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду РГГУ (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi). Компьютеры для обучающихся.</p>

Состав программного обеспечения (ПО)

№ п/п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Reader	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office	Microsoft	лицензионное
3	Windows	Microsoft	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:
 Университет на базе Научной библиотеки имеет компьютеры со шрифтом Брайля и программным обеспечением «JAWS for Windows 16.0 Pro» и «MAGic for WINDOWS v.13.0 Pro. Screen Magnification Software. With speech - optimal». Обучающиеся могут пользоваться **Электронной библиотечной системой "znanium.com"**, которая включает в основном литературу, выпущенную 9-ю издательствами, входящими в группу компаний «ИНФРА-М» и предоставляет доступ к 3000 названий электронных книг по математике, гуманитарным, социальным и естественным наукам,
 - 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/ практических/ лабораторных занятий

Тема 1 Основы имиджевой коммуникации в политике.

Цель занятия: сформировать представление у студентов о специфике политической имиджеологии как системы научных знаний.

Форма проведения – дискуссия.

Вопросы для обсуждения:

- Политическая имиджеология как система научных знаний
- Основные закономерности формирования политического имиджа

Контрольные вопросы:

- Раскройте содержание понятия политический имидж
- Что вы понимаете под символическим полем политики
- Назовите основные закономерности формирования политического имиджа

Список источников и литературы

Обязательная литература.

- Политическая имиджеология. / под ред. А.А. Деркача и Е.Б. Перельгиной. М, 2006 – 400с
- Политический менеджмент: учебное пособие/под общей редакцией В.И. Жукова, А.В. Карпова, Л.Г. Лаптева, О.Ф. Шаброва –М, 2004.-944с
- Попов В.А. Символы власти и власть символов Символы и атрибуты власти. Сборник Отв. ред. В.А. Попов, СПб., 1996.

Дополнительная литература.

- Имиджеология-2003: современное состояние и перспективы и перспективы развития материалы Первого Международного симпозиума «Имиджеология-2003»/под ред. Е. Петровой. М, 2003
- Имиджеология-2004: состояние, направления, проблемы, материалы Второго международного симпозиума по имиджеологии/ под ред. Е.А. Петровой. М: РИЦАИМ, 2004
- Имиджеология-2005: состояние, направления, проблемы, материалы Второго международного симпозиума по имиджеологии/ под ред. Е.А. Петровой. М: РИЦАИМ, 2006
- Имиджеология-2006: состояние, направления, проблемы, материалы Второго международного симпозиума по имиджеологии/ под ред. Е.А. Петровой. М: РИЦАИМ, 2006

Тема 2. Информационно-коммуникативные маркетинговые технологии в конструировании политического имиджа

Цель занятия: сформировать у студента представление о специфике использования информационно-коммуникативных маркетинговых технологий в ситуации формирования политического имиджа.

Форма проведения – дискуссия.

Вопросы для обсуждения:

ИКТ: виды и функции

Место PR-воздействия в имиджевых коммуникации

Имидж и бренд в политической рекламе

Контрольные вопросы:

- Назовите основные виды СМИ и сформулируйте специфику их функционирования в имиджевых политических коммуникациях.
- Сформулируйте основные PR- технологии формирования имиджа в политике
- Охарактеризуйте особенности рекламного проектирования в процессе создания имиджа

Список литературы.

Обязательная литература.

- Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов.- М.: “Рефл-бук”, К.: “Ваклер”.-2010.-624с.
- Г. Г. Почепцов. Паблик рилейшнз, или как успешно управлять общественным мнением. – М.: Центр, 1998, с. 344)
- Горелов И.Н., Енгальчев В.Ф. Безмолвной мысли знак: рассказы о невербальной коммуникации.- М.: Мол. Гвардия, 1991.-240с.
- Лисовский С.Ф. Политическая реклама. М.: ИЦВ «Маркетинг», 2000.
- Лебедев-Любимов А. Психология рекламы. – СПб.:Питер, 2002. – 368с.

Дополнительная литература.

- Феофанов О. Реклама. Новые технологии в России. СПб.:Питер, 2002. – 384с.
- Хромов Л.Н. Рекламная деятельность: искусство, теория, практика. – Петрозаводск: АО «Фолиум», 1994 – 308с.
- Блэк С. Паблик рилейшнз. Что это такое? – М.: 1990

- Соловьев А.И. Политология: Политическая теория, политические технологии. – М.: Аспект Пресс, 2000
- Куликова В. Язык внешности. Как создать свой имидж. М, 2006

Тема 3. Типы политической символики в конструировании политического имиджа

Цель занятия: сформировать у студента представление о политической символики как о содержательно-инструментальном поле политического имиджмейкерства.

Форма проведения – дискуссия.

Вопросы для обсуждения:

- Политическая символика как научно-прикладная дисциплина политического знания
- Понятия символа и мифа
- Типы политических символов
- Использование политической символики в процессе формирования политического имиджа

Контрольные вопросы:

- Охарактеризуйте политическую символику как научно-прикладную дисциплину политического знания
- Дайте определения понятия символа и мифа
- Назовите типы политических символов
- Как политическая символика используется в процессе формирования политического имиджа

Список литературы

Обязательная литература.

- Попов В.А. Символы власти и власть символов Символы и атрибуты власти. Сборник Отв. ред. В.А. Попов, СПб., 1996.
- Мисюров Д.А. Политическая символика: между идеологией и рекламой.//Полис, 1999, №1, с. 168-174.
- Мисюров Д.А. Политическая символика: структура и функции.// Вестник МГУ, Сер. 12, политические науки, 1999, 1.
- Поцелуев СП. Символическая политика: констелляция понятий для подхода к проблеме Полис, 1999, 5, с. 62-75
- Ульянов А.В. Русская символика – М: АСТ: Астрель: Владимир ВКТ, 2010
- Баскаков Э.Г. Биография гербов, флагов, гимнов зарубежных стран. - М.: Политиздат, 2008

Дополнительная литература.

- Фоли Джон. Энциклопедия знаков и символов. - М.: Вече-АСТ, 2008.
- Сикевич З.В. «Образ» прошлого и настоящего в символическом сознании россиян.// Социс, 1999, 1, с. 87-92.
- Щербинина Н.Г. Цветовая классификация политических лидеров России или лидер белый, красный и черный. Полис, 2004.
- Скрынников Р.Г. Святители и власти. - Л.: Лениздат, 1990. 347 с.
- Похлебкин В.В. Словарь международной символики и эмблематики. - М.: Международные отношения, 1994.

- Завершинский К.Ф. Методологическая комплементарность в исследовании символических матриц динамики политических институтов.// Полис, 2003, 1, с. 39-49.

Тема 4. Психология политической символики в конструировании политического имиджа

Цель занятия: сформировать у студентов представление о психологии политической символики.

Форма проведения – дискуссия.

Вопросы для обсуждения:

- Чем занимается политическая психология?
- Какие национально-психологические особенности политических символов?
- В чем заключается психологическое воздействие политической символики?

Контрольные вопросы:

- Проведите сравнительный анализ символики цвета в государственных флагах стран Европы и Азии?
- Разрушение политических символов.

Список литературы

Обязательная литература:

- Крысько В.Г. Секреты психологической войны - Мн.: Харвест, 1999.
- Попов В.А. Символы власти и власть символов Символы и атрибуты власти. Сборник Отв. ред. В.А. Попов, СПб., 1996.
- Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием-2 – М.: Эксмо: Алгоритм, 2009
- Гозман Л.Я. Шестопап Е.Б. Политическая психология. - Ростов-наДону, Изд-во «Феникс», 2007. 448 с.

Дополнительная литература.

- Шестопап Е. Б. Личность и политика: Критический очерк современной западной концепции политической социализации. - М.: Мысль, 1988.-203 с.
- Лосев А.Ф. Проблема символа и реалистическое искусство. - М.: Искусство, 1995.
- Мисюров Д.А. Политическая символика: между идеологией и рекламой.//Полис, 1999, №1, с. 168-174.
- Мисюров Д.А. Политическая символика: структура и функции.// Вестник МГУ, Сер. 12, политические науки, 1999, 1.
- Поцелуев СП. Символическая политика: констелляция понятий для подхода к проблеме Полис, 1999, 5, с. 62-75
- Сикевич З.В. «Образ» прошлого и настоящего в символическом сознании россиян.// Социс, 1999, 1, с. 87-92.

Тема 5. Политический имиджмейкинг политического кандидата, политической партии, государства.

Цель занятия: сформировать представление у студентов о формировании имиджа политического лидера, политической партии и странового имиджа.

Форма проведения – дискуссия.

Вопросы для обсуждения:

- Технологии формирования имиджа политического лидера
- Технологии формирования имиджа политической партии
- Технологии формирования имиджа страны

Контрольные вопросы:

- Что вы понимаете под «матрицей персонального имиджа»?
- Раскройте содержание индустрии высокой популярности в политике.

- Назовите стратегии достижения и удержания высокой популярности
- Раскройте специфику формирования имиджа политической партии как корпоративного бренда
- Назовите составляющие формирования национального образа: ресурсный подход.

Список литературы.

Обязательная литература.

- Шепель В.М. Профессия имиджмейкер. _ Ростов н/д, 2—8. – 523
- Котлер Ф. Персональный брендинг. М, 2008 – 400с
- Денни К. Брендинг территории. Лучшие мировые практики. М, 2013/
http://www.universalinternetlibrary.ru/book/53403/chitat_knigu.shtml
- Бренд Америка: мать всех брендов/ Саймон Анхольт, Джереми Хильдрет. — М.: ООО «Издательство «Добрая книга», 2010. — 232 с

Дополнительная литература.

- Аакер Д. Йорхимштайлер Бренд-лидерство: новая концепция брендинга., М., 2003
- Альтшуллер А. Суперменеджер: имидж и самопрезентация. Практическое пособие по имиджелогии. – М, 2004
- Корпоративная имиджеология//Научно-практический журнал. Учредитель АИМ
- Гарет М. Имиджи организации: восемь моделей организационного развития. М, 2006
- Шмит Б., Симонсон А. Эстетика маркетинга: Стратегия менеджмента, создание бренда и имиджа. М, 2005
- Франц А.С. Российская корпоративная культура. Екатеринбург, 2001.

Тема 6. Политический имиджмейкинг в современной России.

Цель занятия: познакомить студентов с символично-политическим пространством современной России.

Форма: дискуссия

Вопросы для обсуждения:

- Особенности формирования имиджа политических лидеров в современной России.
- Русское мифо-фольклорное поле для создания корпоративного имиджа политических партий.
- Формирование имиджа России в исторической перспективе.

Контрольные вопросы:

- Назовите основные особенности формирования имиджа политических лидеров в современной России.
- Определите русское мифо-ритуальное поле для создания корпоративного имиджа политических партий, персонального имиджа и национального образа государства.
- Определите историческую перспективу в формировании национального образа России

Список литературы.

Обязательная литература.

- Шепель В.М. Профессия имиджмейкер. _ Ростов н/д, 2—8. – 523
- Котлер Ф. Персональный брендинг. М, 2008 – 400с
- Денни К. Брендинг территории. Лучшие мировые практики. М, 2013/
http://www.universalinternetlibrary.ru/book/53403/chitat_knigu.shtml

- Цуладзе А.М. Формирование имиджа политика в России. - М.: Книжный дом «Университет», 1999. - 144 с.
- Соболева Н.А. Российская государственная символика: история и современность. - М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2002. 208 с
- Соболева Н.А. Символы России. - М.: Панорама, 1993. 208 с.
- Щербинина Н.Г. Цветовая классификация политических лидеров России или лидер белый, красный и черный. Полис, 2004.

Дополнительная литература.

- Имидж лидера. Психологическое пособие для политиков. - М.: Общество «Знание» России, 1994. - 265 с.
- Райгородский Д.Я. Психология и психоанализ власти. Хрестоматия в 2-х т. - Самара: Издательский Дом «БАХРАХ», 1999. - 608 с
- Сикевич З.В. «Образ» прошлого и настоящего в символическом сознании россиян.// Социс, 1999, 1, с. 87-92.
-

1.1 Рекомендуемые Интернет-ресурсы

1. www.duma.ru – Государственная Дума РФ
2. www.council.gov.ru – Совет Федерации РФ.
3. www.government.ru – Правительство РФ.
4. www.kremlin.ru – Администрация президента РФ.
5. www.oprf.ru – Общественная палата РФ
6. www.minfin.ru – Министерство финансов РФ
7. www.mon.gov.ru – Министерство образования РФ

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Примерная тематика докладов / рефератов:

- Имиджевые коммуникации в политике;
- понятие имиджа: зарубежный и российский научно-практический опыт
- Символическое пространство политики
- Виды и формы политической символики.
- Классификация политической символики Г.Д.Лассуэла и А.Каплана
- Информационно-коммуникативные маркетинговые технологии в конструировании политического имиджа
- Политический имиджмейкинг: персональный имидж политического лидера, корпоративный имидж политической партии, формирование национального образа страны
- Политический имиджмейкинг в современной России.

По согласованию с преподавателем студент может выбрать иную тему доклада / реферата.

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Политический имидж и политическая символика» реализуется на историческом факультете Учебно-научным центром «Новая Россия. История постсоветской России».

Цель дисциплины состоит в изучении основ политической имиджеологии, а также политической символики как содержательной составляющей процесса формирования имиджа, как политического лидера, так и политической партии и государства.

В задачи курса входит:

- объяснить феномен имиджа, познакомиться с понятийным аппаратом имиджеологии;
- показать специфику функционирования информационно-коммуникативных маркетинговых технологий, используемых в процессе конструирования политического имиджа;
- рассмотреть политическую символику как инструментально-содержательное поле для конструирования политических имиджей;
- рассмотреть психологический аспект формирования и функционирования политической символики;
- изучить технологии конструирования имиджа политических лидеров, политических партий и государства;
- рассмотреть специфику функционирования политического имиджмейкерства в современной России.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

- ПК-1. Способен самостоятельно планировать и проводить исследования в сфере публичной политики

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- содержание основных понятий, учений и методов политической имиджеологии и политической символики;
- современную терминологию, необходимую для комплексного экспертно-аналитического анализа имиджей политических лидеров, политических партий и государства;
- информационно-коммуникативные маркетинговые технологии формирования имиджа.

Уметь:

- ориентироваться в реалиях современного российского и западного символично-политического контекста;
- иметь навыки в формировании политических имиджей с использованием политической символики.

Владеть:

- способностью к аналитическому анализу исторической составляющей политического имиджмейкерства с использованием символического потенциала политической реальности;
- практическими знаниями в области политического имиджмейкерства;
- методами работы с персональными, корпоративными и национальными имиджами.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№	Текст актуализации или прилагаемый к РПД документ, содержащий изменения	Дата	№ протокола