

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



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

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, УПРАВЛЕНИЯ И ПРАВА  
Юридический факультет  
Кафедра предпринимательского права

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА  
В ОБЛАСТИ PR**

40.04.01 Юриспруденция

---

*Код и наименование направления подготовки/специальности*

---

Правовое регулирование PR и GR технологий в политике и бизнесе

*Наименование направленности (профиля)/ специализации*

Уровень высшего образования:

*магистратура*

Форма обучения:

*очно-заочная, заочная*

РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов

Москва 2025

Правовое обеспечения технологий формирования имиджа в области PR  
Рабочая программа дисциплины

Составитель:

кандидат юридических наук,  
к.ю.н., доцент, зав. кафедрой предпринимательского права юридического факультета,  
ИЭУП РГГУ  
Белова Т.В.

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры  
№ 5 от 14 ноября 2024 г.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка
    - 1.1 Цель и задачи дисциплины
    - 1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине
    - 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы
  2. Структура дисциплины
  3. Содержание дисциплины
  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
  6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины
    - 6.1. Список источников и литературы
    - 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
    - 6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы
  7. Материально-техническое обеспечение дисциплины
  8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов
  9. Методические материалы
    - 9.1. Планы семинарских занятий
    - 9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ
- Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины

## 1. Пояснительная записка

### 1.1. Цель и задачи дисциплины

**Цель дисциплины:** формирование у обучающихся комплекса теоретических знаний и базовых практических навыков в области правового обеспечения технологий формирования имиджа в области PR.

**Задачи** изучения дисциплины:

- ~ формирование у обучающихся теоретических и практических навыков в области правового обеспечения технологий формирования имиджа в области PR;
- ~ изучение современных технологий формирования имиджа в области PR;
- ~ развитие способности учитывать институциональные, инфраструктурные аспекты и вопросы информационной безопасности в сфере своей профессиональной деятельности;
- ~ развитие умения применять модельно-аналитические и информационно-коммуникационные технологии при формировании имиджа в области PR.

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

<b>Компетенция</b> (код и наименование)	<b>Индикаторы компетенций</b> (код и наименование)	<b>Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине</b>
ПК-5 Способен защищать права и законные интересы субъектов права	ПК-5.1 Понимает механизм защиты прав и законных интересов субъектов права	<p><b>Знать:</b> механизм защиты прав и законных интересов субъектов права при формировании имиджа в PR.</p> <p><b>Уметь:</b> защищать прав и законные интересы субъектов права при обеспечении технологий формирования имиджа в области PR.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками защиты прав и законных интересов субъектов права при обеспечении технологий формирования имиджа в области PR.</p>

	<p><b>ПК-5.2</b> Применяет различные способы защиты прав и законных интересов субъектов права</p>	<p><b>Знать:</b> различные способы защиты прав и законных интересов субъектов права при обеспечении технологий формирования имиджа в области PR.</p> <p><b>Уметь:</b> применять различные способы защиты прав и законных интересов субъектов права при применении технологий формирования имиджа в области PR</p> <p><b>Владеть:</b> навыками применения различных способов защиты прав и законных интересов субъектов права при применении технологий формирования имиджа в области PR.</p>
--	---	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ООП

#### 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина имеет логическую и содержательно-методическую взаимосвязь с другими дисциплинами и практиками ООП.

Для успешного освоения дисциплины необходимы знания профессионального цикла дисциплин обязательной части магистерской программы: «Медиа-право», «Правовое обеспечение цифровизации в PR и GR технологиях» и др.

В результате освоения дисциплины формируются компетенции, необходимые для изучения следующих дисциплин: «Правовое исследование в сфере правового регулирования PR и GR технологий в политике и бизнесе», а также успешного прохождения практик.

## 2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 з.е., 144 академических часов.

### Структура дисциплины для 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
2	Лекции	6
2	Семинары/лабораторные работы	10
Всего:		16

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 128 академических часа(ов).

## 3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1.	Понятие, структура имиджа, его виды и функции	Сущность, структура и функции имиджа. Задача публичных отношений и политической социологии в формировании и управлении имиджем организации или индивида. Теоретико-методологические подходы к исследованию образа и имиджа. Методология анализа проблемы имиджа в рамках социального конструирования, базирующегося на работах таких ученых как П.Бурдьё, Т.Лукман, П.Бергер, а также теория социального конструирования проблем и социальной реальности СМИ. Изучение имиджа в парадигме репутационного менеджмента и брендинга, PR
2.	Виды имиджа: технологии и модели создания	Осмысление понятия «имидж» в рамках «имидж», «престиж» «репутация» профессиональной деятельности как в широком социо-культурном контексте, так и применительно к отдельным профессиям. Особенности взаимодействия СМИ с целевой аудиторией. Основные брендируемые объекты и типы брендов (компания-производитель, торговая компания, ассортиментная линейка, охватывающая разные товарные категории, товар одной товарной категории, компонент/ингредиент/составляющая, сопровождающая товар услуга). Перенос понятия «бренд» на другие объекты: люди, города, территории, страны, идеи и инициативы и др.
3.	Политический PR: особенности построения	Понятие избирательной кампании. Основные принципы организации эффективной избирательной

	предвыборной кампании, качества кандидата, формирование имиджа политика, политическая риторика.	кампании. Методы и средства, используемые в предвыборной кампании. Подготовка кандидата в избирательной кампании. Качества кандидата, наиболее ценимые избирателями. Пути формирования имиджа кандидата. Составляющие имиджа кандидата. Политическая риторика. Штатный персонал предвыборной кампании. Организационные схемы избирательной кампании. Специальные программы в ходе избирательной кампании («от двери к двери», «активизация явки избирателей на выборы»). «Черный» пиар – понятие, виды, способы защиты.
4.	Особенности формирования имиджа органов государственной власти в глазах различных кругов общественности, имидж первого лица государства.	Цель государственного пиара. Основные задачи PR-структур органов власти. Имидж органов власти как средство воздействия на массовое сознание. Технологии и приемы имиджевых коммуникаций в системе «государственная власть – общество». Имидж и репутация власти: разница понятий и сущностные черты. Государственный праздник как социально-коммуникативная технология власти. Пропаганда как технология влияния на массовое сознание и ее разновидности. Имидж политического лидера – приемы и специфика его формирования. Составляющие имиджа политического лидера. Формирование эффективного политического имиджа. Особенности формирования имиджа глав муниципальных образований. Культ личности лидера.

#### 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

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- обсуждение вопросов на семинаре	2 балла	10 баллов
- обсуждение практических вопросов/ решение задач	5 баллов	20 баллов
- доклад	20 баллов	20 баллов
- тестирование по теме	5 баллов	10 баллов
Промежуточная аттестация - Экзамен по билетам		40 баллов
<i>Итого</i>		<i>100 баллов</i>

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/ A,B	«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/ C	«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>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».
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 литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется 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 выставляется 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

#### Оценочные материалы для текущего контроля успеваемости по дисциплине

#### Примерные темы докладов

1. Каково место PR в демократической политической системе.
2. Является ли деятельность службы PR предпосылкой эффективности работы гос. службы? Обеспечивает ли она её Развитие и стабильность? Какими средствами и инструментами. PR и маркетинга.
3. Служба PR как политический институт гражданского общества.
4. Имидж в политике. Формирование позитивного имиджа политика.
5. Изучение политического рынка и использование маркетинговых исследований по сбору информации.
6. Методы формирования имиджа политической партии и Политического лидера.
7. Имиджевая политика партии, как и из чего она складывается.

#### *Примерные темы эссе*

1. Имидж государства в современном информационном пространстве.
2. Управленческие подходы к формированию имиджа.
3. Построение интегральной модели имиджа государства в мировом информационном пространстве.
4. Особенности инструментов продвижения брендов территорий.
5. Формирования имиджа России в современном контексте.
6. Современные технологии государственного имиджмейкинга.
7. Конструирование имиджа лидера и уровень доверия общества к власти.
8. Имидж России в коммуникативном пространстве.

#### **Оценочные материалы для промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (вопросы к экзамену)**

1. Корпоративный имидж
2. PR деятельность. Основные направления PR деятельности организации.
3. Концептуальные основы имиджелогии.
4. Понятие и значение корпоративного имиджа.
5. Виды и уровни корпоративного имиджа.
6. Структура корпоративного имиджа.
7. Структура репутации компании.
8. Характерные черты лидера организации.
9. Основные элементы корпоративного имиджа.
10. Оценка имиджа компании.
11. Концепции управления корпоративным имиджем. Концепция М.Вишняковой.
12. Внутренний имидж организации.
13. Визуальный имидж организации.
14. Социальный имидж организации.
15. Бизнес-имидж организации.
16. Корпоративный имидж. Процесс управления корпоративным имиджем. Имидж как объект моделирования.
17. Формирование образа компании. Создание имиджа компании. Этапы создания имиджа фирмы.
18. Основные средства формирования имиджа компании: фирменный стиль, визуальные средства, оригинал-макеты, вербальные средства, рекламные средства, PR-мероприятия.

19. Внешний образ компании.
20. Понятие товарного знака.
21. Оценка имиджа компании. Методики оценки имиджа компании. Экспертный опрос.
22. План мероприятий по созданию положительного образа компании через СМИ.
23. Понятие корпоративное управление. Принципы корпоративного управления
24. Защита прав акционеров. Принцип прозрачности. «концепция существенности». Право на получение информации.
25. Акционерное общество – принцип корпоративного управления.
26. Формы корпоративного контроля.
27. Особенности корпоративного управления в России.
28. Понятие корпоративной культуры. Структура корпоративной культуры.
29. . Виды и Формы корпоративной культуры. Уровни культуры организации. Фундаментальные ценности компании.
30. Подходы к изучению корпоративной культуры.

## **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **6.1. Список источников и литературы**

#### **Источники**

##### *Основные*

Конституция Российской Федерации: принята всенар. голосованием 12 дек. 1993 г. // Собр.законодательства Рос. Федерации. -1994. - №1. - Ст.1.

Гражданский кодекс Российской Федерации, часть первая от 21 окт. 1994 г. № 51-ФЗ // Собр. законодательства Рос. Федерации - 1994. - № 32. - Ст. 3301.

Гражданский кодекс Российской Федерации, часть вторая от 26 янв. 1996 г. № 14-ФЗ // Собр.законодательства Рос. Федерации. - 1996. - № 6. - Ст. 492.

Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе" // Собрание законодательства РФ", 20.03.2006, N 12, ст. 1232.

Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 «О средствах массовой информации» // Информационно-правовая система «КонсультантПлюс».

Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // Информационно-правовая система «КонсультантПлюс».

Указ Президента РФ от 09.05.2017 N 203 "О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 - 2030 годы"

Государственная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» (утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 г. № 1632-р).

Паспорт национального проекта "Национальная программа "Цифровая экономика Российской Федерации" (утв. президиумом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам, протокол от 04.06.2019 N 7)

##### *Дополнительные*

Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ // Собрание законодательства РФ. 2002. N 1 (ч. 1). Ст. 1.

Уголовный кодекс Российской Федерации от 13 июня 1996 N 63-ФЗ // СЗ РФ. 1996. N 25. Ст. 2954

#### **Литература**

## Основная

1. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью и медиакommunikации : учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 199 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15991-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/viewer/svyazi-s-obschestvennostyu-i-mediakommunikacii-520599#page/1>
2. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для вузов / В. А. Ачкасова [и др.]; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. А. Быкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 163 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07448-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/viewer/svyazi-s-obschestvennostyu-v-organah-vlasti-516613#page/1>
4. Информационное право : учебник для вузов / М. А. Федотов [и др.]; под редакцией М. А. Федотова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 868 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16021-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/viewer/informacionnoe-pravo-530260#page/1>

## Дополнительная

1. Основы рекламы и связей с общественностью : учебник для вузов / М. М. Васильева, Ю. Г. Жеглова, Е. Ю. Юдина, И. В. Шаркова; под редакцией М. М. Васильевой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 286 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15699-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/viewer/osnovy-reklamy-i-svyazey-s-obschestvennostyu-520580#page/1>

## 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимый для освоения дисциплины (модуля)

1. Национальная электронная библиотека (НЭБ) [www.rusneb.ru](http://www.rusneb.ru)
2. ELibrary.ru Научная электронная библиотека [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)
3. Электронная библиотека Grebennikon.ru [www.grebennikon.ru](http://www.grebennikon.ru)
4. Информационно-правовое обеспечение «Гарант» // Режим доступа: [www.garant.ru](http://www.garant.ru)
5. Информационно-правовая система «Консультант+» // Режим доступа: [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru)
6. Официальные сайты:
  - 6.1. Сайт федеральных арбитражных судов Российской Федерации // Режим доступа: <http://www.arbitr.ru/>
  - 6.2. Сайт Верховного суда Российской Федерации // Режим доступа: <http://www.vsrfr.ru/>
  - 6.3. Сайт Министерства юстиции Российской Федерации // Режим доступа: <http://minjust.ru/>
  - 6.4. Третейский суд при Торгово-промышленной палате Российской Федерации // Режим доступа: <http://ts.tpprf.ru>.
  - 6.5. Сайт Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации // Режим доступа: <https://digital.gov.ru>.
  - 6.6. Сайт АНО «Цифровая экономика» // <https://data-economy.ru>.

6.7. Сайт Министерства экономического развития Российской Федерации // Режим доступа // <https://www.economy.gov.ru> и др.

### **6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы**

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

### **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Состав программного обеспечения:

1. Windows.
2. Microsoft Office.
3. Kaspersky Endpoint Security.

### **8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья**

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. Понятие, структура имиджа, его виды и функции

Понятие и структура имиджа

Виды и функции имиджа

Тема 2. Виды имиджа: технологии и модели создания.

1. Виды имиджа
2. Технологии и модели создания имиджа

Тема 3. Политический PR: особенности построения предвыборной кампании, качества кандидата, формирование имиджа политика, политическая риторика.

1. Роль связей с общественностью в современном гражданском обществе
2. Интернет-аудитория: состав и политические предпочтения.
3. Специфика PR-технологий в современной России.
4. Этика и профессиональные стандарты в связях с общественностью.
5. Правовое обеспечение PR.
6. Субъекты публичных отношений.
7. Анализ основных направлений и задач государственной политики в области информационно-коммуникативных технологий в России.

Тема 4. Особенности формирования имиджа органов государственной власти в глазах различных кругов общественности, имидж первого лица государства.

1. Цель государственного пиара.
2. Основные задачи PR-структур органов власти.
3. Имидж органов власти как средство воздействия на массовое сознание.
4. Технологии и приемы имиджевых коммуникаций в системе «государственная власть – общество».

## **9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ**

### **Методические рекомендации и темы для подготовки докладов-презентаций**

Презентация представляется в распечатанном виде на кафедру предпринимательского права.

Текст набирается в программе PowerPoint и состоит **СТРОГО** из 5 слайдов (не допускается увеличение или сокращение количества слайдов).

Титул, а также «Список использованной литературы», на основании которого выполнена работа, в общий объем слайдов не входит.

Поскольку презентация должна быть представлена в распечатанном виде, то целесообразно использовать «заливку» цветом поля страниц;

Презентация должна быть использована студентом на семинарском занятии как сопровождение своего выступления, поэтому рекомендуется соотнести тему презентации и выступления с темой и вопросом семинарского занятия.

Рекомендуется ознакомиться со смежными темами выступающих, чтобы правильно определить границы своего предмета, не повторять и не пересекаться с первыми.

### **Требования к содержанию слайдов:**

- 1) слайды должны раскрывать содержание вопроса темы, т.е. отражать самое главное в презентуемом вопросе;
- 2) быть непосредственно связанными с проблемами науки;
- 3) характеризоваться наглядностью, т.е. демонстрировать структуру элементов, свойств, характеристик и проч. знания о том или ином объекте, его связей со смежными научными положениями;

- 4) материал не должен копировать текст (т.е. не быть конспектом), а представлять собой схему (или таблицу) с минимальным количеством слов, позволяющую визуально быстро «схватить» суть вопроса;
- 5) слайды не должны быть перегружены информацией, но при этом должны содержать достаточный ее объем для раскрытия темы.

На семинарском занятии после выступления студента с презентацией группа задает вопросы по теме, на которые выступающему необходимо отвечать кратко, грамотно и доходчиво.

**АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Дисциплина «Правовое обеспечение технологий формирования имиджа в области PR» реализуется на юридическом факультете кафедрой предпринимательского права.

**Цель дисциплины:** формирование у обучающихся комплекса теоретических знаний и базовых практических навыков в области правового обеспечения технологий формирования имиджа в области PR.

**Задачи** изучения дисциплины:

~ формирование у обучающихся теоретических и практических навыков в области правового обеспечения технологий формирования имиджа в области PR;

~ изучение современных технологий формирования имиджа в области PR;

~ развитие способности учитывать институциональные, инфраструктурные аспекты и вопросы информационной безопасности в сфере своей профессиональной деятельности;

~ развитие умения применять модельно-аналитические и информационно-коммуникационные технологии при формировании имиджа в области PR.

*В результате освоения дисциплины обучающийся должен:*

**Знать:** механизм защиты прав и законных интересов субъектов права при формировании имиджа в области PR.

**Уметь:** защищать прав и законные интересы субъектов при формировании имиджа в области PR.

**Владеть:** навыками защиты прав и законных интересов субъектов права при формировании имиджа в области PR.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме *экзамена*.  
Общая трудоемкость освоения дисциплины (*модуля*) составляет 4 зачетные единицы