

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования  
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

**Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций**  
\_\_\_\_\_  
(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.ДВ.03.05 ИМИДЖ РОССИИ**  
\_\_\_\_\_  
(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:**

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
\_\_\_\_\_  
(код и наименование направления подготовки/специальности)

**Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):**

**Связи с общественностью**  
\_\_\_\_\_  
(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

**2023 г.**

## 1. Цели и задачи дисциплины:

Целью освоения дисциплины Б1.В.ДВ.03.05 «Имидж России» является:

Раскрытие феномена и сущности имиджа государства Для достижения этой цели необходимо решить следующие задачи:

1. Показать имидж государства в историческом контексте,
2. Раскрыть специфику формирования и продвижения имиджа России в контексте глобальных процессов.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины Б1.В.ДВ.03.05 «Имидж России» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

*Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении основной дисциплины (результаты освоения дисциплины)*

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие;
		УК-1.2. Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи;
		УК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов;
		УК-1.4. Работает с научными текстами, отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и обосновывает свои выводы с применением философского понятийного аппарата;
		УК-1.5. Анализирует и контекстно обрабатывает информацию для решения поставленных задач с формированием собственных мнений и суждений;
		УК-1.6. Предлагает варианты решения задачи, анализирует возможные последствия их использования;
		УК-1.7. Анализирует пути решения проблем мировоззренческого, нравственного и личностного характера на основе использования основных философских идей и категорий в их историческом развитии и социально-культурном контексте.
ПК-4	Способен применять типовые алгоритмы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить основные документы по ее сопровождению, использовать результаты	ПК-4.1 Знает типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; особенности документооборота по ее сопровождению; результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; особенности, методы и технологии обеспечения информационной и коммуникационной

<b>Шифр</b>	<b>Компетенция</b>	<b>Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)</b>
	исследований для планирования рекламной или PR-кампании	поддержки проекта; тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;
		ПК-4.2 Умеет реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; анализировать поведение участников на различных этапах осуществления коммуникационного проекта; обеспечивать информационную и коммуникационную поддержку участников проекта и партнеров; вести документооборот проекта; осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;
		ПК-4.3 Владеет методами выбора типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; методами использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; методами подготовки и анализа основных документов по проекту; методами информационного и коммуникационного обеспечения проекта; методами тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина относится к обязательной части/части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 ОП ВО.

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Имидж России».

*Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины*

\* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

<b>Шифр</b>	<b>Наименование компетенции</b>	<b>Предшествующие дисциплины/модули, практики</b>	<b>Последующие дисциплины/модули, практики</b>
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для	Введение в специальность	Мировая экономика, Маркетинговые исследования

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики	Последующие дисциплины/модули, практики
	решения поставленных задач		
ПК-4	Способен применять типовые алгоритмы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить основные документы по ее сопровождению, использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании	Основы менеджмента, Социология	Технологии производства в рекламе и связях с общественностью, Психология рекламы и PR, Теория и практика массовой информации, Информационные технологии в рекламе и PR, Основы брендинга, Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Основы теории коммуникации» составляет 4 зачетных единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНОЙ** формы обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц.

Вид учебной работы	Всего ак.часов	Семестры			
		I	II	III	IV
<b>Контактная работа ак.ч.</b>	34			34	
Лекции (ЛК)	17			17	
Лабораторные работы (ЛР)					
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17			17	
<b>Самостоятельная работа обучающихся ак..ч.</b>	101			101	
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	9			9	
Общая трудоемкость дисциплины акад. час зач. ед.	<b>144</b>			<b>144</b>	
	<b>4</b>			<b>4</b>	

#### 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
1.	Понятие имидж и его характеристики в политическом контексте	1.1. Определения имиджа у зарубежных и отечественных авторов, символическая основа имиджа, политический символ и его функции, символическая	ЛК, СЗ

		<p>композиция, геральдические символы государства</p>	
		<p>1.2. Имидж государства – его разновидности и способы формирования.</p> <p>Свойства и признаки имиджа государства, международный имидж, носители имиджа в политике, политический имидж, внешнеполитический имидж, политические механизмы формирования имиджа, понятие бренд-имидж</p>	ЛК, СЗ
		<p>1.3. Политико-исторические предпосылки формирования имиджа государства.</p> <p>Мифологизированный образ государства, присущий древнегреческим философам. Цицерон и его трактовка наиболее приемлемого государственного устройства, государственная власть как «цербер» в трудах Августина, философское учение Фомы Аквинского, Николо Макиавелли и его вклад в создание прагматичного подхода к политике, Томас Гоббс как защитник принципа абсолютной единичной власти, сторонник парламентского правительства и демократии Дж.Локк, Жан Жак Руссо и его концепция «Общественного договора», появление первых социальных мифов.</p>	ЛК, СЗ
		<p>1.4. Исторические этапы формирования имиджа России.</p> <p>Киевская Русь и расцвет культуры. Кирилл и Мефодий и их вклад в развитие славянской письменности. Микула Селянинович, Святогор, Василий Буслаев, Садко, три богатыря – Илья Муромец, Добрыня Никитич и Алеша Попович – национальные герои.</p> <p>Государственно-патриотическая идея. Икона – своеобразный российский бренд. Долготерпение и стойкость как черты русского характера в период борьбы против татаро-монгольского ига. Иван Грозный и его роль в формировании</p>	ЛК, СЗ

		<p>имиджа российского государства, Минин и Пожарский, формирование народного ополчения - проявление патриотизма. Династия Романовых , ее значение в становлении российского государства. Петр 1, его вклад в международные связи России с европейскими государствами. Екатерина 2, трансформация имиджа России, 1812 г и его влияние на международный имидж России, 19 век, всплеск науки и расцвет культуры. 20 век, огромные потрясения в государственном развитии – 1 мировая война, революция, 2 мировая и Великая отечественная война. Трансформация имиджа СССР, современный имидж России, проблемы и перспективы.</p>	
		<p>1.5. Роль российской ментальности в формировании имиджа государства. Менталитет нации, особенности российского менталитета, Вл. Соловьев, К. Леонтьев, А.Герцен, В. Белинский, А. Хомяков, Н. Данилевский о русской душе, русском национальном характере. Западники, славянофилы, евразийцы, Герцен, Достоевский о русской душе и поисках российского пути развития. Н.А. Бердяев, В.С. Соловьев, И.А. Ильин, П.А. Флоренский, В.В. Розанов.о русском национальном характере и их вклад в развитие теории патриотизма</p>	ЛК, СЗ
		<p>1.6. Истоки формирования русской культуры. Россия – многонациональное и многоконфессиональное государство. Православие – культуруобразующая религия. Национальное самосознание, национальная идея, благотворительность, меценатство – черты русской интеллигенции. Роль РПЦ в сохранении культурного наследия России.</p>	ЛК, СЗ

2.	Влияние глобальных и региональных процессов на формирование имиджа России	2.1. Постороение информационного общества. А.Тойнби, К.Леви-Стросс, О.Шпенглер, П. Сорокин, К.Ясперс, об информационном обществе. Стратегия глобализации, процесс глокализации (Р.Робертсон и его влияние на имидж государств Маклюэн о роли массовой коммуникации в информационном обществе. Ю. Хабермас о роли знаний, Э. Тоффлер «Метаморфозы власти» - знание – капитал.	ЛК, СЗ
		2.2. Сравнительный анализ зарубежной имиджевой политики. Формирование и продвижение имиджа США, Японии, Сингапура, Китая. Израиля. Механизмы формирования имиджа этих государств и значение опыта зарубежных стран для формирования имиджа России. Общественная дипломатия, Культурная дипломатия, тактика «зеленой жатвы».	ЛК, СЗ
		2.3. Имидж территориальных единиц как основа имиджа государства Технологии создания имиджа города Р.Туровского, Абышевой Ю, Стася А. Россия как объект территориального брендинга.. Северозападный федеральный округ. Г. Мышкин, Пермь, Кострома Великий Устюг., Приморье, Мордовия. Нерехта – музей под открытым небом, Кадый – родина Флоренского и Тарковского.Золотое Кольцо, Калужский тракт. Сочи, Сколково	ЛК, СЗ
		2.4. Механизмы формирования имиджа России. Мифологизация сознания. СМК как инструмент продвижения имиджа. Экономические, политические, культурные, научные, образовательные, спортивные, церковные. «Россия – связующее звено между Европой и Азией», имидж политического лидера и его взаимосвязь с имиджем России.	СЗ

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	3 зал. Количество посадочных мест: 120 Моноблок Lenovo IdeaCentre C560 I3 4160T/6 GB/1000 GB/DVD/audio Мультимедиа проектор Casio XJ-H1700 Экран с электроприводом, белый матовый Аудимикшпер на 2входа Акустическая система Infinity 100Вт ПО: MS Windows 10 64bit Microsoft Office 2016 7-Zip FastStone Image Viewer FreeCommander Adobe Reader
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Аудитория 4 ГК 30 посадочных мест Оборудование: Ноутбук Asus X751L Intel I5 1700 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio Мультимедиа проектор Casio XJ-H1700 Экран моторизованный Digis Electra DSEM-4307 Акустическая система Defender Mercury 35 MkII ПО: MS Windows 10 64bit Microsoft Office 2016 7-Zip FastStone Image Viewer FreeCommander Adobe Reader K-Lite Codec Pack



Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Компьютерный класс	Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве <u>21</u> шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	<p>Ауд. 25:  21 рабочее место:  Моноблок HP PгоOpe 440  Intel I5 10500T/8 GB/256 GB/audio, монитор 24"  Мультимедиа проектор Casio XJ-V100W  Экран моторизованный Digis Electra 200*150 Dsem-4303  MS Windows 10 64bit LTSB  Microsoft Office 2016  Microsoft Excel 2010  Microsoft Project 2010  Microsoft Project 2016  Microsoft PBI Desktop  Expert Systems  Adobe CS3 Desing Premium  SAP  Корпорация Галактика  Система БЭСТ-ОФИС  Statistika 6  7-Zip  FreeCommander  Adobe Reader  K-Lite Codec Pack  Точка доступа WiFi</p>
Для самостоятельной работы обучающихся	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС).	<p>Ауд. 423:  21 рабочее место:  Системный блок Intel i3 3400 MHz/8 GB/500 GB/DVD/audi  Монитор Philips 234E5Q  Мультимедиа проектор Casio XJ-V100W  Экран моторизованный Targa 220*220  MS Windows 10 64bit  Microsoft Office 2016  1С Предприятие 8.3  Eviews7  Система БЭСТ-ОФИС  Expert Systems  7-Zip</p>

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
		FastStone Image Viewer FreeCommander Adobe Reader K-Lite Codec Pack Корпорация Галактика Точка доступа WiFi

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

*Основная литература:*

### а) Основная литература

1. И.Глинская Имидж России: иллюзия и реальность. М. 2016
2. Россия 2020. Главные задачи развития страны. М., Европа. 2008
3. Рожков И.Я., Кисмерешкин В.Г. Имидж .России. Ресурсы, опыт, приоритеты. М: РИПОЛ классик, 2008

### б) Дополнительная литература

1. Почепцов Г.Г. Имидж от фараонов до президентов. Киев. СП Адеф. 2000
2. Стась А.К. Новая геральдика. Как страны, регионы и города создают и развивают свои бренды. М. Группа ИДГ. 2009
3. Туник Г.А. Современная российская геральдика в условиях политической модернизации. М. Полиграфист и издатель. 2008
4. Маркузе Г. Одномерный человек. М. АСТ. 2003
5. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. СПб. Наука.2000
6. Бочаров М.П., Чумиков А.Н. Управление коммуникациями. М., Аст. 2021

*Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:*

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН  
<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)

- ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>

- ЭБС Университетская библиотека ONLINE. Менеджмент. Теория организации и управления [https://biblioclub.ru/index.php?page=razdel\\_red&sel\\_node=1489](https://biblioclub.ru/index.php?page=razdel_red&sel_node=1489)

- ЭБС ZNANIUM.COM Книги по управлению (менеджменту)  
<https://znanium.com/catalog/books/theme/23/publications>

2. Базы данных и поисковые системы:

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации  
<http://docs.cntd.ru/>

- Научная электронная библиотека eLibrary.ru <https://www.elibrary.ru/defaultx.asp>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>
- реферативная база данных SCOPUS <http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы  
<http://flogiston.ru>  
<http://psynet.carfax.ru>  
[www.ecodata.ru](http://www.ecodata.ru)

## **8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система\* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Имидж России» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

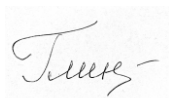
Материалы для оценки уровня освоения учебного материала дисциплины «Введение в специальность» (оценочные материалы), включающие в себя перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН.

\* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

<https://esystem.rudn.ru/mod/resource/view.php?id=304700>

### **РАЗРАБОТЧИКИ:**

**Доцент, кафедра рекламы и  
 бизнес-коммуникаций**



**Глинская И. Ю.**

Должность, БУП

Подпись

Фамилия И.О.

### **РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

**Кафедра рекламы и бизнес-  
 коммуникаций**



**Трубникова Н.В.**

Должность, БУП

Подпись

Фамилия И.О.