

ИМЭБ экономического факультета

(факультет/институт/академия)

Рекомендовано МССН

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины \_\_\_\_\_ Имидж

территорий \_\_\_\_\_

Рекомендуется для направления подготовки/специальности

\_\_\_\_\_ 031600 \_\_\_\_\_ реклама и связи с  
общественностью \_\_\_\_\_

(указываются код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность программы (профиль)

Реклама и связи с общественностью

(наименование образовательной программы в соответствии с направленностью (профилем))

**1. Цели и задачи дисциплины:** \_\_\_ В рамках курса представлены проблемы, к числу которых относят – феномен и сущность имиджа государства, его развитие в историческом контексте, его продвижения в контексте глобальных процессов. Содержательное \_\_ рассмотрение указанных проблем формирует теоретико-методологический базис, позволяющий систематизировать знания, приобретенные в процессе изучения имиджа России \_\_\_\_\_

**2. Место дисциплины в структуре ОП ВО:**

Дисциплина \_\_Имидж территорий\_\_ (наименование дисциплины) \_\_\_\_\_ относится к \_\_вариативной\_\_ (базовой или вариативной) части блока \_\_\_\_\_ (блок 1, блок 2) учебного плана.

В таблице № 1 приведены предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций дисциплины в соответствии с матрицей компетенций ОП ВО.

Таблица № 1

**Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций**

№ п/п	Шифр и наименование компетенции	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины (группы дисциплин)
Общекультурные компетенции			
Общепрофессиональные компетенции			
Профессиональные компетенции (вид профессиональной деятельности _____)			
Профессионально-специализированные компетенции специализации			

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

\_\_\_ Б1.В.ДВ.02.01;

\_\_\_ Б1.В.ДВ.02.02

\_\_\_ (указываются в соответствии с ОС ВО РУДН)

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:** содержание \_\_\_\_\_ основных \_\_\_\_\_ понятий \_\_\_\_\_ имиджа \_\_\_\_\_ территорий \_\_\_\_\_

**Уметь:** \_\_\_\_\_ анализировать структуру имиджа, выявлять взаимосвязь культурных \_\_\_\_\_ компонентов имиджа государства, механизмов формирования имиджа территорий \_\_\_\_\_ в \_\_\_\_\_ рамках \_\_\_\_\_ процесса глобализации \_\_\_\_\_

**Владеть:** \_\_\_\_\_

**4. Объем дисциплины и виды учебной работы**

Общая трудоемкость дисциплины составляет \_\_\_\_\_ зачетных единиц.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	32				
В том числе:	-	-	-	-	-
Лекции	16				
Практические занятия (ПЗ)					
Семинары (С)	16				
Лабораторные работы (ЛР)					

<b>Самостоятельная работа (всего)</b>		32				
Общая трудоемкость	час зач. ед.	64				

## 5. Содержание дисциплины

### 5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)
1.	Понятие имидж и его характеристики	Определение имиджа, его основа, композиция, символы
2.	Имидж территорий, его разновидности	Свойства и признаки имиджа государства, международный имидж, политический, механизмы формирования, понятие бренд-имидж
...3..	Политико-исторические предпосылки формирования имиджа территорий	Мифологизированный образ государства от древнегреческих философов до появления социальных мифов современности
4	Исторические этапы формирования имиджа РФ	Киевская Русь и расцвет культуры, славянская письменность и первые книги, национальные герои и их имиджи, династии Рюриков и Романовых, мировые войны 1812, 1914, 1939, трансформация имиджа СССР
5	Роль ментальности и культуры в формировании имиджа территории	Православие как культуuroобразующая религия, национальное самосознание, национальная идея, менталитет нации, русский национальный характер
6.	Влияние глобальных и региональных процессов на формирование имиджа РФ	Глобализация и глокализация и их влияние на имидж государств, информационное пространство и роль знаний в нем
7.	Сравнительный анализ зарубежной имиджевой политики	Формирование имиджа Японии, США, Израиля, Китая, Сингапура. Общественная и культурная дипломатия, тактика «зеленой жатвы»
8.	Имидж территориальных единиц	Технологии создания имиджа территорий. РФ как объект территор. брендинга
9	Механизмы формирования имиджа РФ	Политические, экономические, культурные, научные, образовательные церковные проекты, имидж лидера как часть имиджа России

*(Содержание указывается в дидактических единицах. По усмотрению разработчиков материал может излагаться не в форме таблицы)*

### 5.2. Разделы дисциплин и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практ. зан.	Лаб. зан.	Семина	СРС	Всего час.
1.	Понятие имиджа и его характеристики	1			1	2	4
2.	Имидж территории, его разновидности, способы формирования	2			2	4	8
...3..	Политико- исторические предпосылки формирования имиджа	1			1	2	4
4.	Исторические этапы формирования	1			1	2	4

	имиджа						
5	Роль ментальности и культуры	3			3	6	12
6.	Влияние глобальных и региональных процессов	2			2	4	8
7.	Сравнительный анализ зарубежной имиджевой политики	1			1	2	4
8.	Имидж территориальных единиц	2			2	4	4
9.	Механизмы формирования имиджа России	2			2	4	8
		16			16	32	64

#### 6. Лабораторный практикум (при наличии)

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование лабораторных работ	Трудо-емкость (час.)
1.			
2.			
...			

#### 7. Практические занятия (семинары) (при наличии)

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо-емкость (час.)
1.		Понятие имидж и его характеристики	1
2.		Имидж государства – разновидности и способы формирования	2
...3		Политико-исторические предпосылки формирования имиджа	1
4.		Исторические этапы формирования имиджа	2
5.		Роль ментальности и культуры	3
6		Влияние глобальных и региональных процессов	2
7.		Сравнительный анализ зарубежной имиджевой политики	1
8.		Имидж территор.единиц как основа имиджа государства	2
9.		Механизмы формирования имиджа России	2

#### 8. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

(описывается материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)).

\_\_\_ноутбук, проектор, доска и маркеры\_\_\_\_\_

—

#### 9. Информационное обеспечение дисциплины

*(указывается перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости))*

а) программное обеспечение \_\_поисковые системы, система ТУИС, платформа ТИМС \_\_\_\_\_

б) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы \_\_\_\_\_

#### **10. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:**

*(указывается наличие печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов)*

а) основная литература \_\_Глинская И.Ю. Имидж России: иллюзия и реальность; М.2016  
Глинская И.Ю., Куприн Д.С. Мягкая власть как механизм формирования позитивного имиджа России М.2020; Рожков И.Я., Кисмерешкин В.Г. Имидж России. Ресурсы, опыт, приоритеты М.2008 \_\_\_\_\_

б) дополнительная литература \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ Почепцов Г.Г. Имидж от фараонов до президентов. Киев 2000; Стась А.К. Новая геральдика. Как страны, регионы и города создают и развивают свои бренды. М.2009 \_\_\_\_\_

#### **11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

*(включает в себя методические указания по организации и выполнению СРС при изучении дисциплины, определяет требования и условия выполнения заданий).*

*Например: методические указания по выполнению практических работ; рекомендации по выполнению заданий по пройденным темам (разделам); рекомендации по оформлению расчетных, графических работ; рекомендации по выполнению и оформлению рефератов, эссе; методические пособия, указания и рекомендации по выполнению контрольных работ, курсовых проектов (работ); рекомендации по подготовке к аттестационным испытаниям и т.п.*

\_\_\_\_\_ Вопросы для размышления и контроля; рефераты на темы, презентации с докладами на семинарских занятиях \_\_\_\_\_

#### **12. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

*Материалы для оценки уровня освоения учебного материала дисциплины (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: <https://esystem.rudn.ru/course/view.php?id=8296>.*

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН.

**Разработчики:**

Доцент кафедры рекламы  
и бизнес-коммуникаций \_\_\_\_\_ Глинская И.Ю. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

должность, название кафедры

\_\_\_\_\_

подпись

\_\_\_\_\_

инициалы, фамилия

\_\_\_\_\_

должность, название кафедры

\_\_\_\_\_

подпись

\_\_\_\_\_

инициалы, фамилия

**Руководитель программы**

\_\_\_\_\_

должность, название кафедры

\_\_\_\_\_

подпись

\_\_\_\_\_

инициалы, фамилия

**Заведующий кафедрой**

\_\_\_\_\_

название кафедры

\_\_\_\_\_

подпись

\_\_\_\_\_

инициалы, фамилия