

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

41.03.06. Публичная политика и социальные науки

Код и наименование направления подготовки/специальности

«Публичная политика и социальные науки»

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень высшего образования: бакалавриат

Форма обучения: очная, очно-заочная

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2022

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»
№ 5 от 22.03.2022

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

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	«удовлетвори- тельно»/ «зачтено (удовлетвори- тельно)»/ «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

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

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

Помещ. для самостоятельной работы обучающихся. Читальный зал Научной библиотеки (филиал библиотеки в Историко-архивном институте).

Комплект специализированной мебели: учебная мебель, компьютерные столы
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.

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.

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.