

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого»
Институт гуманитарный

Кафедра философии, культурологии и социологии

УТВЕРЖДАЮ
И.о. директора ИГУМ
Д.Е.Крапчунов
« 20 » марта 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
учебной дисциплины

ИМИДЖ КАК КАРЬЕРНЫЙ РЕСУРС ГОСУДАРСТВЕННОГО СЛУЖАЩЕГО

по направлению подготовки
41.03.02 Регионоведение России
направленность (профиль)
Внутренняя политика

СОГЛАСОВАНО:
Начальник отдела обеспечения
деятельности ИГУМ
 Т.В. Евлаш
« 20 » марта 2024 г.

РАЗРАБОТАЛ:
Доцент ФФКС, к. филос. н.
 Т.А.Афанасьева
« 18 » марта 2024 г.
Принято на заседании кафедры ФКС
Протокол №9 от « 18 » марта 2024 г.
Заведующий кафедрой ФКС
 С.А. Маленко
« 18 » марта 2024 г.

1 Цели и задачи освоения учебной дисциплины «Имидж как карьерный ресурс государственного служащего»

Цель освоения учебной дисциплины: сформировать у обучающихся целостное представление об имидже как карьерном ресурсе, о месте имиджологии в профессиональной деятельности, развить у обучающихся способности воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах; использовать навыки осуществления коммуникации в мультикультурной профессиональной среде на государственном языке Российской Федерации на основе применения понятийного аппарата по профилю деятельности как части имиджа государственного служащего; способности формировать дайджесты и аналитические материалы общественно-политической направленности по профилю деятельности для публикации в научных журналах и средствах массовой информации и участвовать в организационно-управленческой деятельности и исполнять управленческие решения по профилю деятельности, не противоречащие имиджу государственного служащего.

Задачи:

- а) сформировать представления студентов о наиболее общих формах, способах и инструментах формирования имиджа;
- в) сформировать представления студентов об основных методах создания текста, влияющих на формирование имиджа;
- г) сориентировать студентов на использование методологии и практических навыков в области имиджологии в профессиональной деятельности;
- д) привить осознание значимости навыков создания текста в соответствии с целями и задачами формирования имиджа и показать их потенциал в профессиональной деятельности.

2 Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина относится к обязательной части учебного плана основной профессиональной образовательной программы направления подготовки (специальности) 41.03.02 Регионоведение России и направленности (профилю) Внутренняя политика (далее – ОПОП). В качестве входных требований выступают сформированные ранее компетенции обучающихся, приобретенные ими в рамках следующих дисциплин (модулей, практик): «История России», «Основы российской государственности», «Философия», «Политология», «Российская цивилизация», «Российская политическая и хозяйственная культура», «Этнополитология», «Социология политики», «Региональные культурно-политические ландшафты», «Теория принятия управленческих решений», «Социальный психоанализ», «Внутренняя политика», «Управление социально-политическими проектами», «Делопроизводство в организационно-управленческой сфере», «Национальные и религиозные отношения в современной России», «Практика ознакомительная», «Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы)». Освоение учебной дисциплины является компетентностным ресурсом для дальнейшего изучения следующих дисциплин (модулей, практик): «Политическое лидерство и управление человеческими ресурсами», «Маркетинг территорий», «Практика технологическая», «Научно-исследовательская работа (по теме выпускной квалификационной работы)», а также при написании ВКР.

3 Требования к результатам освоения учебной дисциплины

Перечень компетенций, которые формируются в процессе освоения учебной дисциплины (модуля):

Универсальные компетенции:

УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

Общепрофессиональные компетенции:

ОПК-1 Способен осуществлять эффективную коммуникацию в мультикультурной профессиональной среде на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) на основе применения понятийного аппарата по профилю деятельности

ОПК-5 Способен формировать дайджесты и аналитические материалы общественно-политической направленности по профилю деятельности для публикации в научных журналах и средствах массовой информации

ОПК-6 Способен участвовать в организационно-управленческой деятельности и исполнять управленческие решения по профилю деятельности

Результаты освоения учебной дисциплины:

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Результаты освоения учебной дисциплины (индикаторы достижения компетенций)</i>		
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1 Знать основные философские учения; базовые подходы к изучению и осмыслению межкультурного разнообразия общества;	УК-5.2 Уметь интерпретировать историю России в контексте мирового развития;	УК-5.3 Владеть навыками осуществления профессиональной деятельности с учетом социальных, этических, исторических условий взаимодействия
ОПК-1 Способен осуществлять эффективную коммуникацию в мультикультурной профессиональной среде на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) на основе применения понятийного аппарата по профилю деятельности	ОПК-1.1 Знать современный понятийно-категориальный аппарат социальных и гуманитарных наук в его комплексном контексте (политическом, социально-экономическом, культурно-гуманитарном) и историческом развитии на государственном языке РФ и иностранном (ых) языке(ах) для обеспечения качественного уровня регионального развития;	ОПК-1.2 Уметь организовывать и устанавливать контакты на международной арене в процессе профессиональной деятельности с целью продвижения позиций регионов России в региональном, макрорегиональном и глобальном форматах; использовать основные стратегии, тактические приемы и техники аргументации с целью последовательного выстраивания позиции	ОПК-1.3 Владеть переговорными технологиями в мультикультурной профессиональной среде для оптимальных решений вопросов регионального развития

		представляемой стороны профессиональной деятельности;	
ОПК-5 Способен формировать дайджесты и аналитические материалы общественно-политической направленности по профилю деятельности для публикации в научных журналах и средствах массовой информации	ОПК-5.1 Знать особенности аналитической деятельности в публицистике;	ОПК-5.2 Уметь самостоятельно готовить профессионально-ориентированные тексты по региональной проблематике различной жанрово-стилистической принадлежности (дайджесты, аналитические материалы общественно-политической направленности профиля деятельности) для публикации в СМИ и научных журналах требуемого объема, в том числе на иностранном языке;	ОПК-5.3 Владеть навыками отбора и анализа материалов по региональной проблематике для публикации СМИ с учетом особенностей целевой аудитории
ОПК-6 Способен участвовать в организационно-управленческой деятельности и исполнять управленческие решения по профилю деятельности	ОПК-6.1 Знать особенности организационной структуры системы федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления;	ОПК-6.2 Уметь формировать стратегическое видение, представлять миссию и долгосрочные цели органа государственной власти, органа местного самоуправления, организации, предприятия, учреждения в сфере регионального развития;	ОПК-6.3 Владеть навыками работы с корпоративной системой документооборота, в том числе электронного, в органах государственной власти, органах местного самоуправления, организациях, предприятиях, учреждениях, занимающихся

4 Структура и содержание учебной дисциплины

4.1 Трудоемкость учебной дисциплины

4.1.1 Трудоемкость учебной дисциплины для очной формы обучения:

Части учебной дисциплины (модуля)	Всего	Распределение
		по семестрам
	о	6 семестр
1. Трудоемкость учебной дисциплины в зачетных единицах (ЗЕТ)	4	4
2. Контактная аудиторная работа в академических часах (АЧ)	42	42
3. Курсовая работа/курсовой проект (АЧ) (при наличии)	-	-
4. Внеаудиторная СРС в академических часах (АЧ)	66	66
5. Промежуточная аттестация экзамен (АЧ)	36	36

4.1.2 Трудоемкость учебной дисциплины для очно-заочной формы обучения:

Части учебной дисциплины (модуля)	Всего	Распределение
		по семестрам
	о	10 семестр
1. Трудоемкость учебной дисциплины в зачетных единицах (ЗЕТ)	4	4
2. Контактная аудиторная работа в академических часах (АЧ)	30	30
3. Курсовая работа/курсовой проект (АЧ) (при наличии)	-	-
4. Внеаудиторная СРС в академических часах (АЧ)	78	78
5. Промежуточная аттестация экзамен (АЧ)	36	36

4.2 Содержание учебной дисциплины

Тема 1. Имидж и карьера.

Анализ понятия карьера. Постановка проблемы карьеры в психологии. Типологии карьеры. Стадии карьеры. Карьера как средство подтверждения социальной и профессиональной идентичности. Профессионализация как контекст карьерного роста. Соотношение эффективности труда и карьеры. Имидж и карьера. Генезис и современное состояние проблемы имиджа в России.

Тема 2. Теоретические основания имиджелогии.

Место категории имидж в междисциплинарном научном дискурсе (PR, социология, социальная психология, теории коммуникации, конфликтология, маркетинг, политология, менеджмент (корпоративный менеджмент, кадровый менеджмент, репутационный менеджмент), риторика, брендинг. Системный подход в изучении имиджа. Социально-психологический подход к рассмотрению имиджа. Нейролингвистическое программирование. Коммуникативный подход. Концепция «адаптационной энергии» Г.Селье. Семиотический подход в рассмотрении имиджа. Имиджелогия как теория естественных иерархий. Имидж и его компоненты. Понятия имиджа как интегрального социального образа. Источники формирования имиджа. Приоритетные функции имиджа (ценностные, технологические). Структура и слагаемые имиджа. Свойства имиджа. Функции имиджа. Типы имиджей. Типологии по области применения: бизнес, реклама, шоу-бизнес, политика, управление организацией. Виды объектов имиджа: личность, организация, группа, товар (торговая марка).

Понятие инструментария в имиджелогии и специфика его использования. Основные инструменты: позиционирование, манипулирование, мифологизация. Приемы формирования имиджа: эмоционализация, акцентирование информации, замена целей, подача

противоречивых сигналов, метафоризация, контекстное введение знаков. предметного имиджа.

Особенности предметного, средового, коллективного имиджа.

Тема 3. Стратегии и технологии формирования и поддержания корпоративного имиджа государственного учреждения

Сущность корпоративного имиджа. Методологические аспекты формирования корпоративного имиджа. Корпоративный имидж как объект управления. Роль имиджа учреждения (организации, фирмы) в условиях современного рынка услуг. Функции корпоративного имиджа. Оптимальная структура имиджа компании. Внутренний корпоративный имидж (кадровая политика, ориентация и тренинговые программы, удовлетворение потребностей сотрудников). Внешний корпоративный имидж (качество, реклама, связи со СМИ, общественная деятельность). Визуальный стиль - как внешняя составляющая имиджа компании. Символьный язык визуальных элементов, представляющих компанию. Роль внешних атрибутов учреждения: эмблема, девиз. Целостность имиджа компании. Значение PR в формировании корпоративного имиджа. Методы оценки эффективности корпоративного имиджа. Алгоритм совершенствования корпоративного имиджа.

Тема 4. Стратегии и технологии формирования и поддержания индивидуального имиджа государственного служащего.

Понятие индивидуального имиджа. Понятия индивида и индивидуальности. Неформальный имидж. Личность как источник имиджобразующей информации. Внешняя и внутренняя мотивация по созданию имиджа. Оригинальный и наведенный виды имиджа. Индивидуальный имидж, направленный на самоощущение («на себя»). Понятие «личный имидж». Индивидуальный имидж, направленный на восприятие («на других»). Понятие «публичный имидж». Личный и публичный имидж: единство, взаимосвязь, специфика.

Множественность индивидуальных имиджей. Гендерная специфика способов формирования имиджа.

Технологии самопрезентации и продвижения, их содержание и многообразие форм. Индивидуальный имидж в «посферном» измерении. Взаимосвязь составляющих индивидуального имиджа. Вербальный имидж. Техника работы над вербальным имиджем.

Невербальный имидж и его составляющие. Габитарный имидж в структуре невербального имиджа. Кинесетика. Проксемика о характере и роли дистанции и пространства. Сенсорика. Хронемика. Такесика. Активное слушание. Техника работы над невербальным имиджем.

Профессиональный имидж. Личность, специалист, лидер. Компоненты имиджа специалиста. Свойства имиджа специалиста. Компоненты имиджа лидера. Личностные качества лидера.

Тема 5. Принципы разработки стратегий и технологий формирования имиджа.

Принципы и технологии формирования имиджа. Направления использования формирования имиджа. Стихийность и целенаправленность в формировании имиджа. Характеристика этапов формирования имиджа: изучение объекта, оценка аудитории, коррекция характеристик объекта, символизация, позиционирование, презентация имиджа.

Выявление имиджевых качеств объекта. Обеспечение постоянства имиджа. Стратегии и тактики построения имиджа. Виды имиджирующей информации. Влияние подсознательной информации на возникновение имиджа. Технологии нейролингвистического программирования. Прямая и косвенная информация о человеке. Критерии выбора модели поведения. Модели поведения в официальном и неофициальном общении. Модели поведения активного и пассивного характера.

Алгоритм формирования личного имиджа. Технологии управления персональным имиджем. Имидж как результат самопрезентации личности. Понятие профессионального имиджа. Эффективный самомаркетинг и самобрендинг. Имидж-мониторинг в профессиональной подготовке. Имидж-кейс в моделировании имиджа.

4.3 Трудоемкость разделов учебной дисциплины и контактной работы

4.3.1 очная форма обучения

№	Наименование разделов (тем) учебной дисциплины (модуля), УЭМ, наличие КП/КР	Контактная работа (в АЧ)				Внеауд. СРС (в АЧ)	Формы текущего контроля
		Аудиторная			В т.ч. СРС		
		ЛЕ К	ПЗ	ЛР			
1	Тема 1. Имидж и карьера.	4	4		1	13	Реферирование источника
2	Тема 2. Теоретические основания имиджелогии.	4	4		1	13	доклад
3	Тема 3. Стратегии и технологии формирования и поддержания корпоративного имиджа государственного учреждения	4	5		2	13	Доклад-презентация Задание 1
4	Тема 4. Стратегии и технологии формирования и поддержания индивидуального имиджа государственного служащего.	5	4		2	14	Деловая игра Задание 2
5	Тема 5. Принципы разработки стратегий и технологий формирования имиджа.	4	4		2	13	Задание 3 Круглый стол
	Промежуточная аттестация -	Экзамен					
	ИТОГО	21	21		8	66	

4.3.2 очно - заочная форма обучения

№	Наименование разделов (тем) учебной дисциплины (модуля), УЭМ, наличие КП/КР	Контактная работа (в АЧ)				Внеауд. СРС (в АЧ)	Формы текущего контроля
		Аудиторная			В т.ч. СРС		
		ЛЕ К	ПЗ	ЛР			
1	Тема 1. Имидж и карьера.	3	3			15	Реферирование источника
2	Тема 2. Теоретические основания имиджелогии.	3	3			15	доклад
3	Тема 3. Стратегии и технологии формирования и поддержания корпоративного имиджа государственного учреждения	3	3			16	Доклад-презентация Задание 1
4	Тема 4. Стратегии и технологии формирования и поддержания индивидуального имиджа государственного служащего.	3	3			16	Деловая игра Задание 2
5	Тема 5. Принципы разработки стратегий и технологий формирования имиджа.	3	3			16	Задание 3 Круглый стол
	Промежуточная аттестация - Экзамен						
	ИТОГО	15	15			78	

4.4 Лабораторные работы и курсовые работы/курсовые проекты

4.4.1 Перечень тем лабораторных работ:

Не предусмотрены учебным планом

4.4.2 Примерные темы курсовых работ/курсовых проектов:

Не предусмотрены учебным планом

5 Методические рекомендации по организации освоения учебной дисциплины

5.1 очная форма обучения

<i>№</i>	<i>Темы лекционных занятий (форма проведения)</i>	<i>Трудоемкость в АЧ</i>
1.	Тема 1. Имидж и карьера (проблемная лекция).	4
2.	Тема 2. Теоретические основания имиджологии (лекция-презентация).	4
3.	Тема 3. Стратегии и технологии формирования и поддержания корпоративного имиджа государственного учреждения (информационная лекция)	4
4.	Тема 4. Стратегии и технологии формирования и поддержания индивидуального имиджа государственного служащего (информационная лекция).	5
5.	Тема 5. Принципы разработки стратегий и технологий формирования имиджа (лекция-презентация).	4
	ИТОГО	21

<i>№</i>	<i>Темы практических занятий (форма проведения)</i>	<i>Трудоемкость в АЧ</i>
1.	Тема 1. Имидж и карьера (проблемный семинар).	4
2.	Тема 2. Теоретические основания имиджологии (доклад и обсуждение).	4
3.	Тема 3. Стратегии и технологии формирования и поддержания корпоративного имиджа государственного учреждения (доклад-презентация и обсуждение)	5
4.	Тема 4. Стратегии и технологии формирования и поддержания индивидуального имиджа государственного служащего (работа в группах).	4
5.	Тема 5. Принципы разработки стратегий и технологий формирования имиджа (круглый стол).	4
	ИТОГО	21

5.2 очно - заочная форма обучения

<i>№</i>	<i>Темы лекционных занятий (форма проведения)</i>	<i>Трудоемкость в АЧ</i>
1.	Тема 1. Имидж и карьера (проблемная лекция).	3
2.	Тема 2. Теоретические основания имиджологии (лекция-презентация).	3
3.	Тема 3. Стратегии и технологии формирования и поддержания корпоративного имиджа государственного учреждения (информационная лекция)	3
4.	Тема 4. Стратегии и технологии формирования и поддержания индивидуального имиджа государственного служащего (информационная лекция).	3

5.	Тема 5. Принципы разработки стратегий и технологий формирования имиджа (лекция-презентация).	3
	ИТОГО	15

<i>№</i>	<i>Темы практических занятий (форма проведения)</i>	<i>Трудоемкость в АЧ</i>
1.	Тема 1. Имидж и карьера (проблемный семинар).	3
2.	Тема 2. Теоретические основания имиджелогии (доклад и обсуждение).	3
3.	Тема 3. Стратегии и технологии формирования и поддержания корпоративного имиджа государственного учреждения (доклад-презентация и обсуждение)	3
4.	Тема 4. Стратегии и технологии формирования и поддержания индивидуального имиджа государственного служащего (работа в группах).	3
5.	Тема 5. Принципы разработки стратегий и технологий формирования имиджа (круглый стол).	3
	ИТОГО	15

6 Фонд оценочных средств учебной дисциплины

Фонд оценочных средств представлен в Приложении А.

7 Условия освоения учебной дисциплины

7.1 Учебно-методическое обеспечение

Учебно-методического обеспечения учебной дисциплины представлено в Приложении

Б.

7.2 Материально-техническое обеспечение

<i>№</i>	<i>Требование к материально-техническому обеспечению</i>	<i>Наличие материально-технического оборудования</i>	
1.	Учебные аудитории для проведения учебных занятий	аудитория для проведения лекционных и практических занятий: учебная мебель (столы, стулья, доска)	
		помещения для самостоятельной работы (<i>наличие компьютера, выход в Интернет</i>)	
2.	Мультимедийное оборудование	проектор, компьютер, экран	
3.	Программное обеспечение		
	Наименование программного продукта	Обоснование для использования (лицензия, договор, счёт, акт или иное)	Дата выдачи
	Content Reader PDF 15 Business Версия для скачивания (годовая лицензия с академической скидкой)	Договор №ЗКС/260	31.10.2023
	Антиплагиат. Вуз.*	Договор №05//ЕП(У)24-ВБ	18.01.2024
	MS Office 365	Безвозмездно передаваемое ВУЗам	-
	Adobe Acrobat	свободно распространяемое	-
	Teams	Входит в состав MSOffice 365	-
	Skype	свободно распространяемое	-

Zoom	свободно распространяемое	-
"Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Education Renewal. 250-499Node I year License" /1 год*	Договор №294/ЕП(У)25-ВБ	13.09.2023
Astra Linux Special Edition*	195200041-alse-1.7-client-base_orel-x86_64-0-14211	09.12.2022
Astra Linux Special Edition*	195200041-alse-1.7-client-base_orel-x86_64-0-12617	21.11.2022
Astra Linux Special Edition*	195200041-alse-1.7-client-max-x86_64-0-11416	26.10.2022
Astra Linux Special Edition*	195200041-alse-1.7-client-base_orel-x86_64-0-9651	28.09.2022
Astra Linux Special Edition*	195200041-alse-1.7-client-base-x86_64-0-8801	07.09.2022
Astra Linux Special Edition*	195200041-alse-1.7-client-base-x86_64-0-8590	01.09.2022

*отечественное производство

Приложение А
(обязательное)

Фонд оценочных средств

учебной дисциплины «Имидж как карьерный ресурс государственного служащего»

1 Структура фонда оценочных средств

Фонд оценочных средств состоит из двух частей:

а) открытая часть – общая информация об оценочных средствах (название оценочных средств, проверяемые компетенции, баллы, количество вариантов заданий, методические рекомендации для применения оценочных средств и пр.), которая представлена в данном документе, а также те вопросы и задания, которые могут быть доступны для обучающегося;

б) закрытая часть – фонд вопросов и заданий, которая не может быть заранее доступна для обучающихся (экзаменационные билеты, вопросы к контрольной работе и пр.) и которая хранится на кафедре.

2 Перечень оценочных средств текущего контроля и форм промежуточной аттестации

<i>№</i>	<i>Оценочные средства для текущего контроля</i>	<i>Разделы (темы) учебной дисциплины</i>	<i>Баллы</i>	<i>Проверяемые компетенции</i>
1.	Реферирование источника	Тема 1. Имидж и карьера.	19	УК-5, ОПК-1, ОПК-5, ОПК-6
2.	Доклад	Тема 2. Теоретические основания имиджелогии.	15	
3.	Доклад-презентация	Тема 3. Стратегии и технологии формирования и поддержания корпоративного имиджа государственного учреждения	18	
4.	Круглый стол	Тема 5. Принципы разработки стратегий и технологий формирования имиджа.	15	
5.	Задание	Тема 3. Стратегии и технологии формирования и поддержания корпоративного имиджа государственного учреждения	20	
		Тема 4. Стратегии и технологии формирования и поддержания индивидуального имиджа государственного служащего.	20	
		Тема 5. Принципы разработки стратегий и технологий формирования имиджа.	20	
6.	Деловая игра	Тема 4. Стратегии и технологии формирования и поддержания индивидуального имиджа государственного служащего.	23	
<i>Промежуточная аттестация</i>				
	Экзамен		50	
	ИТОГО		200	

3 Рекомендации к использованию оценочных средств

1) Реферирование источника

<i>Критерии оценки</i>	<i>Количество вариантов заданий</i>
Проявил самостоятельность и оригинальность при реализации задания;	20
Показал отличное знание теоретических и практических основ имиджологии;	
При оформлении результатов выполнения задания применил ссылки на научную и учебную литературу;	
Проявил навыки работы с источниками, учебной и научной литературой по тематике задания;	
Показал знание методов обработки и анализа информации;	
Реализовал все необходимые формальные требования к осуществлению задания;	
Проявил самостоятельность и оригинальность при представлении задания	

Реферат является частью самостоятельной работы студента, но также используется как оценочное средство. В реферате студент излагает в письменной форме результаты теоретического анализа заранее полученного источника, а также собственный взгляд на данную концепцию и его автора.

Для написания реферативной работы студент выбирает один из предложенных источников для прочтения, анализа и дальнейшего реферирования. Объем реферативной работы, как правило, составляет 10-15 страниц. Наличие сносок на источник и иную научную литературу повышают оценку данной работы. Структура реферативной работы: введение, содержательная часть, заключение, список использованной литературы. Оформление текста реферативной работы должно соответствовать требованиям ГОСТ 2018.

К оцениванию не допускаются работы, не прошедшие проверку на Антиплагиат (<https://www.antiplagiat.ru/>), то есть тексты оригинальность которых ниже 50 %.

Возможные источники для реферирования:

6. Белоусова Т. Хороший вкус у вас в кармане. - М. : АСТ ; СПб. : Астрель-СПб, 2006. - 174,[2],[8]л.ил.
7. Горчакова В. Г. Имидж. Искусство и реальность : учеб. пособие для вузов / В. Г. Горчакова. - М. : ЮНИТИ-Дана, 2014. - 278, [2] с.
8. Горчакова В. Г. Имиджология. Теория и практика : учеб. пособие для вузов / В. Г. Горчакова. - М. : ЮНИТИ-Дана, 2014. - 333, [3] с.
9. Грейдина Н.Л. Основы коммуникативной презентации. - М. : АСТ : Восток-Запад, 2005. - 380,[2]с. : ил.
10. Ковальчук А.С. Основы имиджологии и делового общения : учеб. пособие для студентов вузов. - 4-е изд., доп. и перераб. - Ростов н/Д : Феникс, 2006. - 251,[1]с.
11. Демин Ю.М. Бизнес-PR. - М. : Бератор-Пресс, 2003. - 333с. : ил.
12. Ефимова А. Н. Формирование имиджа библиотеки как культурно-просветительного центра : учеб.-практ. пособие / А. Н. Ефимова. - М. : Литера, 2014. - 252, [1] с. : ил.
13. Карпова С.В. Брендинг: учеб. пособие. - М. : Кнорус, 2008. - 220,[2]с.:ил.
14. Лебедев-Любимов А.Н. Психология рекламы : учеб. пособие для вузов. - 2-е изд. - СПб. : Питер, 2007. - 384с. : ил.
15. Новаторов В.Е. Маркетинг личности : пособие для молодых специалистов, студентов и выпускников общеобразоват. шк. / Моск.гос.ун-т культуры и искусств. - М. : Издательство МГУКИ, 2007. - 398,[2]с
16. Песоцкий Е. А. Реклама : учеб.-практ. пособие / Е. А. Песоцкий. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2015. - 383, [1] с.,[8] л.ил.

17. Плеханова Н. П. Психология индивидуального имиджа : учеб. пособие для вузов / Сургут.гос.ун-т,Фак.психологии. - Сургут : Издательство СурГУ, 2006. - 42,[2]с.
18. Рева В. Е. Управление репутацией : учеб. пособие / В. Е. Рева ; науч. ред. Н. В. Четвертков. - М. : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2010. - 134, [2] с. : ил.
19. Фэлдон Ли. Основы стиля : Имидж, настроение, фигура. - М. : Эксмо, 2003. - 236,[1]с. : ил.
20. Чернатони Лесли де. Брендинг.Как создать мощный бренд = Creating powerful brands : учеб. для вузов / Пер.с англ.Б.Л.Еремина. - М. : ЮНИТИ, 2006. - 543,[1]с. : ил. 4

2) Доклад

<i>Критерии оценки</i>	<i>Количество вариантов заданий</i>
Полнота и развернутость доклада, оформление его согласно требованиям, предъявляемым к научным работам	40
Демонстрация коммуникативных навыков при ответе на уточняющие вопросы аудитории	
Знание теоретических и практических основ имиджологии, владение и оперирование необходимой терминологией	
Подбор качественной (учел степень значимости авторов при разработке данной проблематики) и актуальной литературы для составления доклада	
Знание используемого материала, концепций и позиций авторов по указанной теме;	
Способность обосновать собственную, аргументированную позицию по вопросу	

Примерные темы:

1. Понятие инструментария в имиджологии и специфика его использования.
2. Основные инструменты в имиджологии: позиционирование.
3. Основные инструменты в имиджологии: манипулирование.
4. Основные инструменты в имиджологии: мифологизация.
5. Позиционирование как инструмент формирования профессионального имиджа.
6. Позиционирование как инструмент формирования имиджа специалиста.
7. Позиционирование как инструмент формирования имиджа лидера.
8. Позиционирование как инструмент формирования корпоративного имиджа.
9. Позиционирование как инструмент формирования индивидуального имиджа.
10. Позиционирование как инструмент формирования вербального имиджа.
11. Манипулирование как инструмент формирования индивидуального имиджа.
12. Манипулирование как инструмент формирования неформального имиджа.
13. Манипулирование как инструмент формирования оригинального имиджа.
14. Манипулирование как инструмент формирования наведенного имиджа.
15. Манипулирование как инструмент формирования личного имиджа.
16. Манипулирование как инструмент формирования публичного имиджа.
17. Манипулирование как инструмент формирования гендерной специфики имиджа.
18. Манипулирование как инструмент формирования вербального имиджа.
19. Манипулирование как инструмент формирования габитарного имиджа в структуре
20. невербального имиджа.
21. Манипулирование как инструмент формирования профессионального имиджа.
22. Манипулирование как инструмент формирования имиджа специалиста.

23. Манипулирование как инструмент формирования имиджа лидера.
24. Манипулирование как инструмент формирования корпоративного имиджа.
25. Манипулирование как инструмент формирования предметного имиджа.
26. Мифологизация как инструмент формирования индивидуального имиджа.
27. Мифологизация как инструмент формирования неформального имиджа.
28. Мифологизация как инструмент формирования оригинального имиджа.
29. Мифологизация как инструмент формирования наведенного имиджа.
30. Мифологизация как инструмент формирования личного имиджа.
31. Мифологизация как инструмент формирования публичного имиджа.
32. Мифологизация как инструмент формирования гендерной специфики имиджа.
33. Мифологизация как инструмент формирования вербального имиджа.
34. Мифологизация как инструмент формирования габитарного имиджа в структуре
35. невербального имиджа.
36. Мифологизация как инструмент формирования профессионального имиджа.
37. Мифологизация как инструмент формирования имиджа специалиста.
38. Мифологизация как инструмент формирования имиджа лидера.
39. Мифологизация как инструмент формирования корпоративного имиджа.
40. Мифологизация как инструмент формирования предметного имиджа.

3) Доклад-презентация

<i>Критерии оценки</i>	<i>Количество вариантов заданий</i>
Логичная структура доклада, наличие выводов	13
Обобщение и охват материала по изучаемой теме	
Самостоятельность, оригинальность и креативность при подготовке доклада	
Владение знаниями, категориями, концепциями имиджологии	
Использование возможностей презентации для максимального воздействия на аудиторию (в том числе владение техническими возможностями программы POWER POINT)	
Качество и количество привлеченных источников	

Примерные темы:

1. Сущность корпоративного имиджа.
2. Методологические аспекты формирования корпоративного имиджа.
3. Функции корпоративного имиджа.
4. Корпоративный имидж как объект управления.
5. Роль имиджа государственного учреждения в современном мире.
6. Оптимальная структура имиджа государственного учреждения.
7. Кадровая политика в государственных учреждениях
8. Внешний имидж государственного учреждения (качество, реклама, связи со СМИ, общественная деятельность).
9. Визуальный стиль - как внешняя составляющая имиджа компании. Символьный язык визуальных элементов, представляющих компанию.
10. Роль внешних атрибутов учреждения: эмблема, девиз.
11. Значение PR в формировании корпоративного имиджа.
12. Методы оценки эффективности корпоративного имиджа.
13. Алгоритм совершенствования корпоративного имиджа.

4) Круглый стол

<i>Критерии оценки</i>	<i>Количество вариантов заданий</i>
Полнота и развернутость выступления	3
Обсуждение проблемы и обоснование своей позиции, социально значимых и профессиональных проблем	
Наличие обобщений и анализа информации по имиджологии - культурологического и антропологического характера	
Демонстрация навыков использования имиджологии на практике в ходе формирования имиджа государственного служащего	

Примерные темы:

- Репутация государственного служащего
- Имиджология как компонент профессиональной подготовки государственного служащего
- Формирование и поддержание персонального имиджа как важная задача государственного служащего

5) Задание

<i>Критерии оценки</i>	<i>Количество вариантов заданий</i>
Проявил самостоятельность и оригинальность при реализации задания;	По числу обучающихся
Показал отличное знание теоретических и практических основ имиджологии;	
При оформлении результатов выполнения задания применил ссылки на научную и учебную литературу;	
Проявил навыки работы с источниками, учебной и научной литературой по тематике задания;	
Показал знание методов обработки и анализа информации;	
Реализовал все необходимые формальные требования к осуществлению задания;	
Проявил самостоятельность и оригинальность при представлении задания	

Задание 1: Написание дайджеста.

Подготовить дайджест, отражающий специфику профессиональной деятельности для центрального регионального 1) печатного, 2) интернет- издания с учетом имиджа государственного учреждения от лица которого формируется информация.

Задание 2: Написание отчета о деятельности сотрудника государственного учреждения за определенный период с учетом имиджа государственного учреждения от лица которого формируется информация.

Задание 3: Написание отчета о деятельности государственного учреждения за указанный период для 2 интернет-изданий региона, имеющих разные целевые аудитории (на выбор обучающегося) с учетом имиджа государственного учреждения от лица которого формируется информация.

6) Деловая игра

<i>Критерии оценки</i>	<i>Количество вариантов заданий</i>
Проявил умение работать в команде (при соблюдении соответствия роли) и достигать игровых целей	1
Понимание решаемой проблемы, новизна, оригинальность и актуальность при формулировании способов ее решения	
Владение терминологией, демонстрация владения материалом по теме игры	
Эрудированность, принципиальность, честность, добросовестность, умение аргументировать и отстаивать свое решение	
Умение использовать различные информационные источники (научную литературу, справочные материал, нормативные документы)	
Культура речи, коммуникабельность, владение теоретическими и практическими знания и умениями в области деловой коммуникации	

Организовать для прессы представление отчета о результатах деятельности государственного учреждения.

К основным этапам подготовки мероприятия относятся:

- Принятие решения о проведении мероприятия.
- Выбор площадки/платформы для его проведения и проверка ее технических возможностей.
- Определение задач и возможных вопросов, которые могут быть заданы представителями СМИ.
- Подбор участников (составление списка СМИ и представителей государственного учреждения с указанием их функций на мероприятии) и направление приглашений.
- Установление регламента, времени начала и окончания мероприятия.
- Подготовка отчета и доклада-презентации, краткого пресс-релиза для СМИ.
- Оснащение помещения, в котором будут проводиться мероприятие, всем необходимым.
- Проведение мероприятия.

Методические указания к деловой игре: для проведения игры группа студентов разбивается на две команды – представители госучреждения, представители прессы (определяют от лица какого СМИ они выступают и готовят вопросы, по итогам пишут информационное сообщение о мероприятии для своего издания). Каждая команда готовится к мероприятию.

Отдельно формируется группа наблюдателей, которая помогает в ходе совещания оценивать активность участников.

Преподаватель и наблюдатели фиксируют ход мероприятия, состояние участников. По окончании совещания преподаватель с помощью наблюдателей оценивают активность участников мероприятия и их полезность. Кроме этого, участники мероприятия проводят взаимную оценку подготовки и самого хода мероприятия по следующим вопросам:

- качество отчета;
- качество представления отчета
- формат поддержания имиджа государственного учреждения
- имидж участников мероприятие, его соответствие заявленным ролям
- качество ответов на вопросы прессы
- слабые стороны в подготовке и ходе мероприятия;
- степень соответствия участников поставленным перед ними задачам (ролям);
- дисциплина в период подготовки и в ходе совещания;
- степень подготовленности участников к совещанию; способы подготовки;

- соблюдение установленного регламента и порядка.

При составлении отчета соблюдать Требования по составлению Отчета о результатах деятельности учреждения

<https://www.consultant.ru/legalnews/21550/?ysclid=lvzjtslhoz32930241>

7) Экзамен

<i>Критерии оценки</i>	<i>Количество во билетах</i>	<i>Количество во вопросах в билете</i>
Количество правильных ответов	21	2
Использование необходимой терминологии		
Наличие собственной точки зрения		
Демонстрация знания об особенностях проведения научных региональных исследований		

Список вопросов для подготовки к экзамену:

- 8) Место категории имидж в междисциплинарном научном дискурсе.
- 9) Постановка проблемы карьеры в психологии. Типологии и стадии карьеры.
- 10) Карьера как средство подтверждения социальной и профессиональной идентичности. Профессионализация как контекст карьерного роста. Соотношение эффективности труда и карьеры.
- 11) Генезис и современное состояние проблемы имиджа в России.
- 12) Структура, свойства и функции имиджа.
- 13) Типология имиджей. Типологии по области применения: бизнес, реклама, шоу-бизнес, политика, управление организацией.
- 14) Типология имиджей. Виды объектов имиджа: личность, организация, группа, товар (торговая марка).
- 15) Основные инструменты: позиционирование.
- 16) Основные инструменты: манипулирование,
- 17) Основные инструменты: мифологизация.
- 18) Приемы формирования имиджа: эмоционализация, акцентирование информации, замена целей, подача противоречивых сигналов, метафоризация, контекстное введение знаков. предметного имиджа.
- 19) Особенности предметного, средового, коллективного имиджа.
- 20) Методологические аспекты формирования корпоративного имиджа. Корпоративный имидж как объект управления.
- 21) Роль имиджа учреждения (организации, фирмы) в условиях современного рынка услуг.
- 22) Функции корпоративного имиджа. Оптимальная структура имиджа компании.
- 23) Внутренний корпоративный имидж (кадровая политика, ориентация и тренинговые программы, удовлетворение потребностей сотрудников).
- 24) Внешний корпоративный имидж (качество, реклама, связи со СМИ, общественная деятельность).
- 25) Визуальный стиль - как внешняя составляющая имиджа компании (Роль внешних атрибутов учреждения: эмблема, девиз).
- 26) Алгоритм совершенствования корпоративного имиджа.
- 27) Понятие индивидуального имиджа. Оригинальный и наведенный виды имиджа.
- 28) Индивидуальный имидж, направленный на самоощущение («на себя»). Понятие «личный имидж». Индивидуальный имидж, направленный на восприятие («на других»). Понятие «публичный имидж».
- 29) Личный и публичный имидж: единство, взаимосвязь, специфика.

- 30) Множественность индивидуальных имиджей. Гендерная специфика способов формирования имиджа.
- 31) Технологии самопрезентации и продвижения, их содержание и многообразие форм. Индивидуальный имидж в «посферном» измерении. Взаимосвязь составляющих индивидуального имиджа.
- 32) Вербальный имидж. Техника работы над вербальным имиджем.
- 33) Невербальный имидж и его составляющие. Габитарный имидж в структуре невербального имиджа. Кинесетика. Проксемика о характере и роли дистанции и пространства. Сенсорика. Хронемика. Такесика. Активное слушание.
- 34) Техника работы над невербальным имиджем.
- 35) Профессиональный имидж. Личность, специалист, лидер. Компоненты и свойства имиджа специалиста. Понятие профессионального имиджа.
- 36) Компоненты имиджа лидера. Личностные качества лидера.
- 37) Принципы и технологии формирования имиджа.
- 38) Характеристика этапов формирования имиджа: изучение объекта, оценка аудитории, коррекция характеристик объекта, символизация, позиционирование, презентация имиджа.
- 39) Алгоритм формирования личного имиджа.
- 40) Технологии управления персональным имиджем. Имидж как результат самопрезентации личности.
- 41) Эффективный самомаркетинг и самобрендинг.
- 42) Имидж-мониторинг в профессиональной подготовке. Имидж-кейс в моделировании имиджа.

Пример экзаменационного билета:

Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого

Кафедра философии, культурологии и социологии

Экзаменационный билет № 1

Учебная дисциплина Имидж как карьерный ресурс государственного служащего

Для направления подготовки 41.03.02 Регионоведение России

направленность (профиль) Внутренняя политика

1 Понятие инструментария в имиджелогии и специфика его использования.

2 Алгоритм формирования личного имиджа.

Принято на заседании кафедры «18» марта 2024 г. Протокол № 9

Заведующий кафедрой ФКС ё



С.А.Маленко

Все материалы для проведения промежуточного контроля хранятся на кафедре.

Приложение Б
(обязательное)

**Карта учебно-методического обеспечения
учебной дисциплины «Имидж как карьерный ресурс государственного служащего»**

Таблица Б.1 – Основная литература

Библиографическое описание* издания (автор, наименование, вид, место и год издания, кол. стр.)	Кол. экз. в библ. НовГУ	Наличие в ЭБС
Электронные ресурсы		
Семенова, Л. М. Профессиональный имиджбилдинг на рынке труда : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 243 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11387-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/541877		Юрайт
Заборовская, С. Г. Кадровый менеджмент на государственной гражданской и муниципальной службе : учебное пособие для вузов / С. Г. Заборовская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 180 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17407-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/533023		Юрайт
Шнейдер, Л. Б. Психология карьеры : учебник и практикум для вузов / Л. Б. Шнейдер, З. С. Акбиева, О. П. Цариценцева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 187 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06900-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/540285 (дата обращения: 12.04.2024).		Юрайт

Таблица Б.2– Дополнительная литература

Библиографическое описание* издания (автор, наименование, вид, место и год издания, кол. стр.)	Кол. экз. в библ. НовГУ	Наличие в ЭБС
Ричард, Темплар Правила карьеры: все, что нужно для служебного роста / Темплар Ричард ; перевод С. Шарпай ; под редакцией Л. Мордвинцевой. — 3-е изд. — Москва : Альпина Пабlishер, 2019. — 242 с. — ISBN 978-5-9614-1469-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/86826.html (дата обращения: 12.04.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей		IPR SMART

Таблица Б.3 – Информационное обеспечение

Наименование ЭБС с указанием реквизитов		Срок действия ЭБС
ЭБС « Электронная библиотечная система Новгородского государственного университета » (ЭБС НовГУ). Универсальный ресурс. Внутривузовские издания НовГУ.	Договор № 230 от 30.12.2022 г. с ООО «КДУ»	бессрочный
ЭБС « Лань » Единая профессиональная база данных для классических вузов – Издательство Лань «ЭБС» ЭБС ЛАНЬ.	Договор № 34/ЕП(Т)23 от 22.12.2023г. с ООО «Издательство ЛАНЬ»	с 01.01.2024 по 31.12.2024
ЭБС « ЛАНЬ » Коллекции: «Журналистика и медиа-бизнес - Издательство Аспект Пресс»	Договор № 33/ЕП(У)23 от 25 декабря 2023г. с ООО «ЭБС ЛАНЬ».	с 01.01.2024 по 31.12.2024
ЭБС « ЛАНЬ » (Сетевая электронная библиотека (СЭБ) Универсальный ресурс.	Договор № СЭБ НВ–283 с ООО «ЭБС ЛАНЬ» от 09 ноября 2020 г.	с 09.11.2020 по 31.12.2023 Договор пролонгирован до 31.12.2024 (основание: п.6.1.)
ЭБС « ЛАНЬ » Коллекция «ФПУ.10 – 11 кл. Изд-во «Просвещение». Все предметы	Договор № 308/ЕП(У)23 от 21 сентября 2023г. с ООО «ЭБС ЛАНЬ».	с 01.10.2023 по 01.10.2024
« ЭБС ЮРАЙТ www.biblio-online.ru ». Универсальный ресурс.	Договор № 35/ЕП(У)23 от 25.12.2023г. с ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ».	с 01.01.2024 по 31.12.2024
« IPRsmart » Универсальный ресурс.	Лицензионный договор № 11040/23П/31/ЕП(У)23 от 22.12.2023г. с ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа».	с 01.01.2024 по 31.12.2024
« Национальная электронная библиотека » Универсальный ресурс.	Договор №101/НЭБ/2338П от 14.03.2022 с ФБГУ «Российская Государственная библиотека», срок действия 5 лет.	с 14.03.2022 по 13.03.2027
ЭБС Polpred.com. Обзор СМИ. Электронные статьи 600 деловых газет, журналов, информагентств за 20 лет.	Соглашение с ООО «ПОЛПРЕД Справочники». Тестовый доступ	с 01.01.2023

--	--	--

Действительно для
2024/2025 учебного года



Зав. кафедрой ФКС

С.А.Маленко

Б.И.Мороз



Т.И.Корнилова

