



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования

«Дальневосточный федеральный университет»  
(ДВФУ)

---

**ВОСТОЧНЫЙ ИНСТИТУТ – ШКОЛА РЕГИОНАЛЬНЫХ И МЕЖДУНАРОДНЫХ  
ИССЛЕДОВАНИЙ**

СОГЛАСОВАНО  
Руководитель ОП

Бурлаков В.А.  
(подпись) (ФИО)  
«09» января 2020 г.

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой

Владимирова Д.А.  
(подпись) (ФИО.)

«09» января \_\_\_\_\_ 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Имиджевые коммуникации в странах АТР

**Направление подготовки 41.03.01 Зарубежное регионоведение**

**Профиль подготовки «Исследование регионов и стран Азии»**

**Форма подготовки очная**

курс 4 семестр 8  
лекции 20 час.  
практические занятия 20 час.  
лабораторные работы 00 час.  
в том числе с использованием МАО лек. 0 / пр. 10 / лаб. 0 час.  
всего часов аудиторной нагрузки 40 час.  
в том числе с использованием МАО 10 час.  
самостоятельная работа 140 час.  
в том числе на подготовку к экзамену 00 час.  
контрольные работы (количество) не предусмотрены  
курсовая работа / курсовой проект не предусмотрены  
зачет 8 семестр  
экзамен не предусмотрен

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 15 июня 2017 № 553

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры Тихоокеанской Азии, протокол № 1 от «9» января 2020 г.

Заведующий (ая) кафедрой к.и.н., профессор Владимирова Д.А.  
Составители: к.полит.н. Давыборец Е.Н.

Владивосток  
2020

**Оборотная сторона титульного листа РПД**

**I. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:**

Протокол от «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_  
(подпись) (И.О. Фамилия)

**II. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:**

Протокол от «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_  
(подпись) (И.О. Фамилия)

**III. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:**

Протокол от «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_  
(подпись) (И.О. Фамилия)

**IV. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:**

Протокол от «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_  
(подпись) (И.О. Фамилия)

## АННОТАЦИЯ

Дисциплина «Имиджевые коммуникации в странах Азиатско-Тихоокеанского региона» входит в образовательный стандарт высших учебных заведений для студентов ряда гуманитарных специальностей – регионоведов, специалистов в области международных отношений и др. Курс призван дать студентам знания о процессах имиджевой коммуникации в странах Азиатско-Тихоокеанского региона. Важнейшей чертой современного мира является интенсивное развитие информационного взаимодействия между странами, а также создание своего благоприятного имиджа.

Значимость данной дисциплины для подготовки всесторонне развитых, грамотных специалистов обусловлена содержательной стороной предмета. Учитывая роль и место имиджевых коммуникаций в современном мире, можно утверждать, что без изучения данной дисциплины невозможно получить полные точные представления о различных областях социально-политической жизни обществ и государств на данном этапе развития. Дисциплина призвана сформировать полную картину о современных внутригосударственных, а также международных отношениях, о ряде аспектов социальной реальности.

Помимо теоретических знаний об имиджевых коммуникациях, студенты приобретают также навыки их практического применения: основы разработки и проведения имиджевых и брендинговых кампаний. Они учатся применять полученные знания для решения других прикладных задач: ориентироваться в проблемах развития международных имиджевых коммуникаций, находить пути решения практических проблем, с учетом текущих тенденций, приобретают навыки составления прогнозов развития межкультурных, межстрановых отношений.

Учебно-методическое пособие по курсу «Имиджевые коммуникации в странах Азиатско-Тихоокеанского региона» составлено в соответствии с требованиями государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования и предназначены для студентов направления

41.03.01 «Зарубежное регионоведение» (образовательная программа «Исследование регионов и стран Азии»).

Общая трудоемкость дисциплины «Имиджевые коммуникации в странах Азиатско-Тихоокеанского региона» – 5 зачетных единиц, 180 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (20 часов), практические занятия (20 часов), самостоятельная работа студента (140 часов). Дисциплина реализуется на 4 курсе, 8 семестре. В качестве формы отчетности предусмотрен зачет. Дисциплина входит в вариативную часть программы.

Предметом изучения дисциплины является широкий круг вопросов, связанный с имиджевыми коммуникациями в странах Азиатско-Тихоокеанского региона, которые уже несколько десятилетий имеют прогрессирующий характер в мировой политике. Знание процессов имиджевой коммуникации в странах Азиатско-Тихоокеанского региона является необходимым условием подготовки специалистов по направлению Зарубежное регионоведение.

Место курса в образовательном процессе ДВФУ определяется его тесной связью с читаемыми гуманитарными учебными дисциплинами в рамках данных образовательных программ. Связь с другими курсами обеспечивается общей теоретической базой и понятийным аппаратом, используемым в преподавании этих предметов. Курс «Имиджевые коммуникации в странах Азиатско-Тихоокеанского региона» тесно связан с дисциплинами «Коммуникации в Азиатско-Тихоокеанском регионе», «Культура, литература и религии изучаемого региона».

Цели и задачи освоения дисциплины «Имиджевые коммуникации в странах АТР»:

Цель: наделить студентов знаниями об имиджевых коммуникациях в межстрановом взаимодействии, сформировать у них навыки использования имиджевых коммуникаций, информационно-коммуникативных стратегий и технологий управления информационными процессами.

Задачи:

- ознакомление студентов с основами теории и практики имиджевой коммуникации;
- выработка практических навыков анализа процессов имиджевой коммуникации;
- изучение опыта имиджевой коммуникации в странах Азиатско-Тихоокеанского региона;
- анализ специфики имиджевой коммуникации на современном этапе развития во всем ее разнообразии.

Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

<b>Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций</b>	<b>Код и наименование общепрофессиональной компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции</b>
Применение информационно-коммуникационных технологий	ОПК-2. Способен применять информационно-коммуникационные технологии и программные средства для решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры и требований информационной безопасности)	ОПК-2.1. Использовать информационно-коммуникационные технологии и программные средства для поиска и обработки больших объемов информации по поставленной проблематике на основе стандартов и норм, принятых в профессиональной среде, и с учетом требований информационной безопасности. ОПК-2.2. Самостоятельно каталогизировать накопленный массив информации и формировать базы данных

Публицистическая деятельность	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. Готовить тексты различной жанрово-стилистической принадлежности (дайджесты, аналитические материалы общественно-политической направленности по профилю деятельности для публикации в СМИ и научных журналах) требуемого объёма, в том числе на иностранном языке. ОПК-5.2. Отбирать и анализировать материалы для публикации в СМИ с учетом особенностей целевой аудитории.
-------------------------------	---	---

## I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

### Лекционные занятия

(20 часов)

#### **Тема 1. Предмет и базовые аспекты теории коммуникации (2 часа).**

Понятия «общение», «коммуникация», «речевая деятельность». Онтологический аспект: биологические, социальные, этнические, психологические факторы коммуникации. Основные составляющие социальной коммуникации. Гносеологический аспект: функции коммуникации; единицы коммуникации; категории коммуникации. Методологический аспект. Направления, изучающие теоретико-методологические основы коммуникации: бихевиоризм, символический интеракционизм, феноменализм, функциональный подход, структурализм, технологический детерминизм и др.

#### **Тема 2. Личность и коммуникация. Коммуникатор и коммуниканты (2 часа).**

Личность в системе коммуникации. Различные подходы к определению структуры личности. Параметры коммуникативной личности: мотивационный, когнитивный, функциональный. Типы коммуникативной

личности. Оценка коммуникативной личности: соотношение социальных и коммуникативных характеристик, индивидуальное и социальное. Понятие языковой личности: вербально-семантический, лингво-когнитивный, мотивационный уровни. Коммуникатор и социологические способы его изучения. Цели коммуникатора. Коммуникативные роли и обмен информацией в коммуникативной сфере. Границы коммуникативной сферы. Социальные роли коммуникатора. Роль коммуникантов в процессе обмена информацией. Мотивированность действий коммуникантов.

### **Тема 3. Содержание имиджевой коммуникации (3 часа).**

Содержание и средства речевой коммуникации в процессе формирования политического имиджа. Вариативность языка (лингвистическая, информационно-содержательная, коммуникативная). Понятие знака. Типологии знаков. Знак как средство передачи информации различного рода: компоненты значения знака. Символьная коммуникация при создании политического имиджа. Социальные символы (с позитивным знаком – рождение, свобода, истина, справедливость, добро, любовь; с негативным знаком – смерть, рабство, ложь, несправедливость, зло, ненависть). Синтактика, семантика, прагматика как основные отношения знаков. Семиотические особенности различных коммуникативных систем. Семиосоциологическая концепция коммуникации. Кодирование действительности в онтогенезе и филогенезе. Коммуникативная, интерактивная, перцептивная стороны общения. Гуманистическая, ритуальная, манипулятивная коммуникации: цели, социально-психологические механизмы. Индивидуальное и социальное в общении.

### **Тема 4. Аудитория и имиджевая коммуникация (2 часа).**

Аудитория как адресат имиджевой коммуникации. Объективные и субъективные характеристики. Убеждение и внушение как способы имиджевого коммуникативного воздействия на аудиторию. Общие

требования к коммуникатору и адресату (аудитории). Ориентация коммуникатора на потенциальную аудиторию. Отбор имиджеобразующей информации для адресата с учётом её актуальности, коммуникативных норм и правил, социальной, политической, профессиональной и другой ориентированности аудитории. Разовое, кратковременное, длительное (постоянное) взаимодействие коммуникатора с аудиторией. Совместимость коммуникатора и аудитории. Посредованная коммуникация с аудиторией. Непрямое взаимодействие с аудиторией через «лидеров мнений». Воздействие через убеждение. Оптимизация деятельности аудитории. Контакты с целью формирования группового сознания. Социальный контроль посредством взаимодействия заинтересованных субъектов с аудиторией.

#### **Тема 5. Обеспечение имиджевого информационного обмена в коммуникативных системах (2 часа).**

Информация как основной элемент имиджевых коммуникативных систем. Информационная сфера. Роль имиджеобразующей информатизации в управленческой деятельности и функционировании коммуникативных систем. Производство, мультипликация, распространение, приём, распознавание и использование информации. Информация как средство передачи когнитивной, волюнтаривной и экспрессивной культуры. Обеспечение информационной безопасности систем имиджевой коммуникации. Безопасность массовой информации. Средства массовой информации как главная коммуникативная сеть.

#### **Тема 6. Эффективность имиджевой коммуникации (2 часа).**

Понятие эффективности имиджевой коммуникации. Обратная связь. Барьеры имиджевой коммуникации и пути их преодоления: социальные, психологические, когнитивные, физические, языковые, технические. Влияние составных частей и конфигурации имиджевой коммуникативной



цепи на эффективность коммуникации. Факторы повышения эффективности имиджевой коммуникации. Совместимость партнёров как коммуникативных личностей; адекватное восприятие смысловой и оценочной информации. Воздействие через убеждение.

### **Тема 7. Имиджевая коммуникация в различных сферах общественной жизни (2 часа).**

Связи с общественностью (PR) как вид имиджевой коммуникации. Имиджевая коммуникация в государственных и общественных структурах. Имиджевые коммуникации в экономической, производственной и коммерческой сферах. Роль имиджевой коммуникации в корпоративной деятельности. Имиджевые коммуникации в различных отраслях социальной сферы: образовании, культуре, здравоохранении, физической культуре, рекреации, спорте. Особенности рекламной имиджевой коммуникации. Коммуникация в кризисных и конфликтных ситуациях. Протестная коммуникация. Особенности осуществления уличных коммуникаций. Стихийные коммуникации и процессы обмена информацией.

### **Тема 8. Методы исследования имиджевых коммуникаций (2 часа).**

Общенаучные принципы изучения имиджевой коммуникации: исторический, структурный, функциональный, системный и др. Частнонаучные методы исследования. Конкретные методы анализа имиджевой коммуникации: корреляционный, факторный, дисперсионный. Виды анализа с помощью методов статистики. Социологические методы сбора информации о функционировании имиджевой коммуникации: опросы (устный – интервью, письменный – анкетирование), наблюдение, экспертные оценки, контент-анализ, дискурс-анализ, фокус-группы и др.

### **Тема 9. Политические технологии и способы продвижения имиджевой информации в политической коммуникации (3 часа).**

Понятие коммуникативных технологий. Их роль в создании политического имиджа. Виды коммуникативных технологий. Политическая агитация как технология: сущность, особенности, функции. Политическая пропаганда как технология: сущность, приемы, способы воздействия на сознание и поведение. Политическая реклама: сущность, особенности, функции, виды, способы оказания воздействия. Политический пиар: понятие, характеристики, средства, приемы, задачи.

## **II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ**

### **Практические (семинарские) занятия**

**(20 часов, в том числе 10 часов с использованием МАО)**

#### **Тема 1. Политический имиджмейкинг (2 часа).**

Политический имиджмейкинг: понятие, характеристики. История политического имиджмейкинга. Современное состояние и роль политического имиджмейкинга в современном мире. Функции имиджмейкинга в межстрановой коммуникации. Средства, приемы политического имиджмейкинга. Понятие имиджа. Структура имиджа лидера, организации, страны. Объективные условия и субъективные факторы имиджа. Этапы формирования имиджа. Типология имиджей. Политический маркетинг: понятие, задачи, структура, виды.

#### **Тема 2. Приемы и средства политического имиджмейкинга (3 часа).**

«Чистые» и «грязные» технологии политического имиджмейкинга. Рациональные и манипулятивные политические технологии. Политический имидж и манипуляция. Коммуникативные события. Информационные поводы. Прием трансфера. Прием визуализации. Метод конструктивного диалога. Паблик релэйшинз. Информационные атаки. Технология социально-

политических мифов. Интернет технологии. Регулирование объема информации. «Слухи». Психологические приемы имиджевой коммуникации. Эффект края. Лингвистические ловушки. Родовые имена. Позиционирование. Проставление акцентов на информации.

### **Тема 3. Имиджевые коммуникации и информационные войны современного мира (3 часа).**

Понятие «информационной войны», ее сущность, функции, признаки. Соотношение понятий «информационная война», «психологическая война», «пропаганда», «идеология», «терроризм». Законы и принципы ведения информационных войн. Две стороны информационной войны. Психологическая война и техническая война: объекты воздействия, формы, методы. Массовое и индивидуальное сознание: уровни, прямые и косвенные методы воздействия, техника создания мифов, оперирование символическим пространством сознания, воздействие на историческое сознание. Этические кодексы PR, социальная и моральная ответственность специалистов по связям с общественностью и рекламе и идеологическая нейтральность. Суггестия, позиционирование, пропагандистские и рекламные кампании в профессиональной деятельности. Влияние информационных войн на формирование имиджа государства.

**Тема 4. Имиджевые коммуникации в Китае (3 часа).** 2 часа занятия проводятся методом активного обучения – дискуссия. Темы дискуссий указаны в приложении 2.

Особенности культуры Китая, влияющие на имиджевую коммуникацию. Особенности политической культуры Китая. Национальные особенности, культурные условия и другие внутренние факторы эффективной имиджевой коммуникации. Адаптация классической коммуникационной стратегии к КНР. Устранение коммуникационных барьеров как основной шаг построения

эффективной имиджевой коммуникационной стратегии. Специфика ПР в Китае. Роль интернет-технологий в Китае. Современный имидж КНР.

**Тема 5. Построение имиджевых коммуникаций с республикой Корея (3 часа).** Занятие проводится методом активного обучения – круглый стол.

Особенности культуры Южной Кореи, влияющие на имиджевую коммуникацию. Особенности политической культуры республики Корея. Национальные особенности, культурные условия и другие внутренние факторы эффективной имиджевой коммуникации. Адаптация классической коммуникационной стратегии к исследуемому государству. Устранение коммуникационных барьеров как основной шаг построения эффективной имиджевой коммуникационной стратегии. Специфика интернет-технологий в республике Корея. Особенности ПР в Южной Корее. Имидж республики Корея на современном этапе.

**Тема 6. Построение имиджевых коммуникаций с государством Япония (3 часа).** 2 часа занятия проводятся методом активного обучения – дискуссия. Темы дискуссий указаны в приложении 2.

Особенности культуры Японии, влияющие на имиджевую коммуникацию. Особенности политической культуры Японии. Национальные особенности, культурные условия и другие внутренние факторы эффективной имиджевой коммуникации. Адаптация классической коммуникационной стратегии к исследуемому государству. Устранение коммуникационных барьеров как основной шаг построения эффективной имиджевой коммуникационной стратегии. Специфика ПР в Японии. Интернет-технологии Японии – особенности применения и функционирования. Образ Японии в различных государствах мира.

**Тема 7. Построение имиджевых коммуникаций Соединенными штатами Америки (3 часа).** Занятие проводится методом активного обучения – дискуссия. Темы дискуссий указаны в приложении 2.

Особенности американской культуры, влияющей на имиджевые коммуникации. Желаемый образ США. Имиджеобразующие факторы США. Имиджевые мессиджи США внутри государства и на международной арене. Органы власти, занимающиеся имиджем государства. Влияние национальной идеологии США на имидж государства. Имиджевые технологии США. Внешняя политика США как определяющий фактор ее международного имиджа. Имидж США в различных странах мира. Деятельность США по созданию негативного имиджа России.

### **III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Имиджевые коммуникации в странах Азиатско-Тихоокеанского региона» включает в себя:

- план-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине, в том числе примерные нормы времени на выполнение по каждому заданию;
- характеристика заданий для самостоятельной работы студентов и методические рекомендации по их выполнению;
- темы дискуссии, вопросы к собеседованию, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности;
- критерии оценки выполнения самостоятельной работы;
- критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

**Самостоятельная работа студентов по курсу «Имиджевые коммуникации в странах Азиатско-Тихоокеанского региона»  
(140 часов)**

Самостоятельная работа студентов, предусмотренная учебным планом, соответствует более глубокому усвоению изучаемого курса, формирует навыки исследовательской работы и ориентирует на умение применять теоретические знания на практике.

Самостоятельная работа студентов состоит из подготовки к практическим занятиям, изучения рекомендованной литературы и подготовки к экзамену. Проверка самостоятельной подготовки осуществляется на практических занятиях.

**План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине  
8 семестр**

<b>№ п/п</b>	<b>Дата/сроки выполнения</b>	<b>Вид самостоятельной работы</b>	<b>Примерные нормы времени на выполнение</b>	<b>Форма контроля</b>
<b>1.</b>	1-18 недели обучения	Подготовка лекционного материала по конспектам и учебной литературе	24 ч.	ПР-7, УО-1
<b>2.</b>	1-3неделя обучения.	Подготовка к Семинару 1	14 ч.	УО-1
<b>3.</b>	4-6 неделя обучения	Подготовка к Семинару 2	14 ч.	УО-1
<b>4.</b>	7-9 неделя обучения.	Подготовка к Семинару 3	14 ч.	УО-1
<b>5.</b>	10-12 неделя обучения.	Подготовка к Семинару 4	14 ч.	УО-1, УО-4

6.	13-14 недели обучения.	Подготовка к Семинару 5	к	14 ч.	УО-1, УО-4
7.	15-16 неделя обучения.	Подготовка к Семинару 6.	к	14 ч.	УО-1, УО-4
8.	17-18 неделя обучения	Подготовка к семинару 7.	к	14 ч.	УО-1, УО-4
9.	6,12,18 недели обучения	Подготовка к зачету	к	18 ч.	УО-1, УО-4
Итого				140 ч.	

УО-1 – собеседование,

УО-4 – дискуссия,

ПР-7 – конспект.

Критерии оценки самостоятельной работы студента (устное выступление, как результат подготовки к семинару, либо письменная работа):

- 5 - баллов выставляется студенту, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно (если письменная работа).

- 4 - балла - работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических

ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы (если письменная работа).

- 3 - балла – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы (если письменная работа).

- 2 - балла - если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст, без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

### **Критерии оценки устного ответа на практическом занятии**

зачтено	<p>Студент демонстрирует устойчивые знания проблемных аспектов.</p> <p>Ответ отличается глубиной и полнотой раскрытия темы.</p> <p>Студент владеет категориальным аппаратом курса.</p> <p>Студент умеет объяснять сущность политических явлений и процессов, делать выводы и обобщения.</p> <p>Участвуя в дискуссии, студент умеет давать аргументированные ответы на вопросы оппонентов.</p> <p>Студент свободно владеет монологом и диалогом, умеет логично и последовательно выстраивать ответ.</p> <p>Студент умеет приводить примеры по теме занятия.</p> <p>Студент владеет способностью понимать внешнюю политику стран АТР и ее влияние на международные связи изучаемого региона.</p> <p>Студент владеет этическими нормами участия в дискуссии, способен к общению в условиях мировоззренческого многообразия.</p>
---------	--



не зачтено	<p>В ответе студента отсутствует знание предмета.</p> <p>Студент не умеет давать аргументированные ответы.</p> <p>В ответе студента содержатся серьезные ошибки.</p> <p>Студент пассивен на занятиях, отказывается участвовать в аудиторной работе.</p>
------------	---

#### IV. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые модули/ разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций	Оценочные средства - наименование		
			текущий контроль	промежуточная аттестация	
1	Тема 1. Предмет и базовые аспекты теории коммуникации	ОПК-2.1-2.2; ОПК-5.1-5.2	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 1 по 2
			Умеет	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 1 по 2
2	Тема 2. Личность и коммуникация. Коммуникатор и коммуниканты	ОПК-2.1-2.2; ОПК-5.1-5.2	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 3 по 4
			Умеет	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 3 по 4
3	Тема 3. Содержание имиджевой коммуникации	ОПК-2.1-2.2; ОПК-5.1-5.2	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 5 по 6
			Умеет	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 5 по 6
4	Тема 4. Аудитория и имиджевая коммуникация	ОПК-2.1-2.2; ОПК-5.1-5.2	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 7 по 8
			Умеет	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 7 по 8
5	Тема 5. Обеспечение имиджевого информационного обмена в коммуникативных системах	ОПК-2.1-2.2; ОПК-5.1-5.2	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 9 по 10
			Умеет	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 9 по 10
6	Тема 6. Эффективность имиджевой коммуникации	ОПК-2.1-2.2; ОПК-5.1-5.2	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 11 по 12
			Умеет	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 11 по 12
7	Тема 7. Имиджевая коммуникация в различных сферах общественной жизни	ОПК-2.1-2.2; ОПК-5.1-5.2	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 13 по 14
			Умеет	УО-4, ПР-7	Вопросы к зачету с 13 по 14
8	Тема 8. Методы исследования	ОПК-2.1-2.2;	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 15 по 16

	имиджевых коммуникаций	ОПК-5.1-5.2	Умеет	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 15 по 16
9	Тема 9. Политические технологии и способы продвижения имиджевой информации в политической коммуникации	ОПК-2.1-2.2; ОПК-5.1-5.2	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 17 по 18
			Умеет	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 17 по 18
10	Тема семинара 1. Политический имиджмейкинг	ОПК-2.1-2.2; ОПК-5.1-5.2	Знает	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 19 по 20
			Умеет	УО-4, УО-4	Вопросы к зачету с 19 по 20
11	Тема семинара 2. Приемы и средства политического имиджмейкинга	ОПК-2.1-2.2; ОПК-5.1-5.2	Знает	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 21 по 22
			Умеет	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 21 по 22
12	Тема семинара 3. Имиджевые коммуникации и информационные войны современного мира	ОПК-2.1-2.2; ОПК-5.1-5.2	Знает	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 22 по 23
			Умеет	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 22 по 23
13	Тема семинара 4. Имиджевые коммуникации в Китае	ОПК-2.1-2.2; ОПК-5.1-5.2	Знает	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 24 по 26
			Умеет	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 24 по 26
14	Тема семинара 5. Построение имиджевых коммуникаций с республикой Корея	ОПК-2.1-2.2; ОПК-5.1-5.2	Знает	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 27 по 29
			Умеет	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 27 по 29
15	Тема семинара 6. Построение имиджевых коммуникаций с государством Япония	ОПК-2.1-2.2; ОПК-5.1-5.2	Знает	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 30 по 33
			Умеет	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 30 по 33
16	Тема семинара 7. Построение имиджевых коммуникаций Соединенными штатами Америки	ОПК-2.1-2.2; ОПК-5.1-5.2	Знает	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 34 по 36
			Умеет	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 34 по 36

УО-1 – собеседование;

УО-4 – дискуссия;

ПР-7 – конспект.

## **V. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Основная литература**

*(электронные и печатные издания)*

1. Горчакова В.Г. Имидж. Искусство и реальность. / В.Г. Горчакова. Учебное пособие для студентов ВУЗов. Москва: ЮНИТИ-ДАНА. 2015. - 279 с. <http://znanium.com/catalog/product/872659>
2. Гойхман О.Я. Бизнес-коммуникации в сервисе: документационные, речевые, имиджевые и рекламные технологии / Под ред. О.Я. Гойхман. Москва: ИНФРА-М. 2017. - 228 с. <http://znanium.com/catalog/product/782841>
3. Политическая коммуникация: опыт мультимодального и критического дискурс-анализа: Монография / Детинко Ю.И., Куликова Л.В. - Краснояр.: СФУ, 2017. – 168. <http://znanium.com/catalog/product/966996>

### **Дополнительная литература**

*(печатные и электронные издания)*

1. Барыгин И.Н. Международное регионоведение: Учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2015. – 384 с.  
<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:277978&theme=FEFU>
2. Введение в прикладной анализ международных ситуаций : учебник для вузов / [А. А. Байков, А. Д. Богатуров, И. В. Болгова и др.] ; под ред. Т. А. Шаклеиной ; Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России, Кафедра прикладного анализа международных проблем. Москва : Аспект Пресс, 2014. - 256 с.
3. Елацков А.Б. К типологии геополитических исследований. - М.: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М". 2016. - 112 с.  
<http://znanium.com/catalog/product/753939>
4. Мировое комплексное регионоведение: Учебник / А.Д. Воскресенский, Е.В. Колдунова, А.А. Киреева; Под ред. А.Д.

Воскресенского. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 416 с.  
<http://znanium.com/catalog/product/4494255>.

5. Практика зарубежного регионоведения и мировой политики : учебник для вузов / [А. А. Байков, А. О. Ермолаев, В. Я. Белокреницкий и др.] ; под ред. А. Д. Воскресенского. - Москва: Магистр, : ИНФРА-М, 2016. - 559 с. – <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:796110&theme=FEFU>

6. Регионоведение. Китай : учебник / И. В. Кочергин. – М.: Восточная книга. 2013. – 537 с.  
<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:794346&theme=FEFU>

7. Экономическая география и прикладное регионоведение России : учебник для академического бакалавриата по гуманитарным направлениям и специальностям / [Ю. А. Симагин, А. В. Обыграйкин, В. Д. Карасаева] ; под ред. Ю. А. Симагина ; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. Москва : Юрайт, 2014. - 552 с.  
<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:785177&theme=FEFU>

### **Перечень ресурсов сети Интернет**

1. Научная электронная библиотека <http://elibrary.ru/defaultx.asp>
2. Научная электронная библиотека eLIBRARY проект РФФИ  
[www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)
3. Федеральный портал по научной и инновационной деятельности  
[www.sci-innov.ru](http://www.sci-innov.ru)
4. Электронная библиотека НИЯУ МИФИ [www.library.mephi.ru](http://www.library.mephi.ru)
5. Полнотекстовая база данных ГОСТов, действующих на территории РФ <http://www.vniiki.ru/catalog/gost.aspx>
6. Научная библиотека ДВФУ <http://www.dvfu.ru/web/library/nb1>
7. Сайт Федеральной службы государственной статистики: <http://www.gks.ru>
2. Сайт Евростата:  
<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/>

3. Сайт Министерства экономического развития РФ

:<http://www.economy.gov.ru>

6. Сайт Программы развития ООН: <http://www.undp.org>

## **VI. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

*Работа на лекциях.* При изучении дисциплины «Имиджевые коммуникации в странах Азиатско-Тихоокеанского региона» рекомендуется усваивать информацию последовательно. Основу обучения составляют лекции. Они дают теоретизированную информацию студентам о наиболее важных проблемах изучаемого курса. Не нужно надеяться, что информация «разляжется в голове» сама собой, и достаточно простое присутствие на лекциях. На лекционных занятиях важно не только усваивать получаемый материал, но и проявлять собственную познавательную активность, творческое мышление, развивать научное мировоззрение.

На лекциях студенты должны внимательно слушать преподавателя, добиваться понимания изучаемой дисциплины. Во время прослушивания информации формируются соответствующие образы, необходимые для составления комплексного представления о предмете разговора. В дальнейшем это поможет применять, полученные знания в своей практической профессиональной деятельности. В случае недопонимания какого-то аспекта следует в режиме реального времени задать вопрос преподавателю.

*Работа с конспектами.* После каждой лекции необходимо работать с информацией, предоставленной на занятиях, которая фиксируется в виде конспектов. Пройденные на лекции темы закрепляются посредством самостоятельной работы, а также на практических занятиях. В ходе изучения курса следует сохранять конспекты лекций, деловые игры, рассмотренные ситуации, потому что они будут необходимы при подготовке к экзамену.

С первого дня занятий следует работать с лекциями. Для этого, во-первых, необходимо предварительно прочитать соответствующие главы учебника/монографии, статьи рекомендованные преподавателем. Во-вторых, требуется грамотное конспектирование каждой лекции. Все важнейшие моменты, основные мысли необходимо выделять. После лекционного занятия в памяти остается не более 30-40 % озвученной информации. Поэтому, вопросы лекции в виде конспектов в обязательном порядке пролистываются дома, в этот же день. Это позволяет восстановить материал в памяти и лучше усвоить информацию. Если возникают какие-либо вопросы, делаются пометки. При следующем занятии разбираются с преподавателем.

С материалами лекционного занятия следует провести дополнительную работу. Это позволяет углубить, расширить и закрепить в памяти знания. Текст конспекта необходимо внимательно прочитать и проанализировать. Все имеющиеся сокращения необходимо расшифровать. В процессе работы с лекциями необходимо составлять рисунки, схемы, чертежи. Если имеются пробелы в конспектах, их необходимо восполнить, законспектировав соответствующую информацию из источников, либо воспользовавшись помощью однокурсников. Все непонятные моменты конспектов выделяются, чтобы в дальнейшем выяснить их при индивидуальной консультации у преподавателя. Также важно выписать в словарь и выучить все новые понятия и термины.

Важным условием глубокого усвоения дисциплины является знание основ, на которых базируется материал. Для этого, с одной стороны, с начала каждой лекции преподаватель напоминает, о чем шла речь на предыдущем занятии. Обращение к пройденному материалу позволяет эффективно закрепить приобретенные знания. С другой стороны, преподаватель заранее дает задание - что нужно прочитать/подготовить к очередному занятию. Это помогает лучше усвоить информацию, а также привести разрозненные знания в систему, расширить и углубить их.

Необходимо уяснить, что именно лекции играют первостепенную роль при подготовке к экзамену. В отличие от учебных пособий они, более детальны, иллюстрированы примерами и оперативны - позволяют в режиме реального времени оценить текущую ситуацию, дать самую последнюю научную и нормативную информацию, ответить на интересующие в данный момент вопросы. В помощь студенту предлагаются лекции-презентации, которые можно предварительно распечатать и использовать в качестве рабочей тетради на занятии.

### **Методические рекомендации для подготовки к практическим занятиям**

Практические (семинарские) занятия являются дополнением к лекционным занятиям. Они позволяют приобретать и совершенствовать профессиональные компетенции. Содержание практических занятий и методика их проведения обеспечивают развитие научно-исследовательской активности студента. Происходит формирование научного мышления, аналитических умений и навыков обучающихся. В ходе практических занятий происходит проверка знаний студентов, тем самым они выступают важным средством обратной связи.

#### *Цели практических занятий:*

- систематизация, закрепление и углубление знаний студентов теоретического характера;
- освоение студентами навыков научного анализа материалов;
- овладение методами, способами и приемами самообучения, саморазвития и самоконтроля.

При подготовке к семинарским занятиям следует придерживаться нижеизложенных рекомендаций.

Практические занятия проводятся с группой и строятся как беседа по каждому вопросу плана. Литература, указанная в списке к каждому практическому занятию, помогает подготовиться к беседе и учесть

различные позиции исследователей. Также предусмотрены занятия в форме дискуссии и методом круглого стола.

Вопросы практических занятий прорабатываются в той последовательности, в которой они даны в программе и планах практических занятий. Каждый из вопросов целесообразно начинать со знакомства с содержанием соответствующего раздела программы курса и обращения к учебным материалам. Помимо рекомендуемой литературы необходимо также изучить научно-исследовательские работы по проблемным аспектам темы. Изучение курса предполагает усвоение основных понятий, категорий, ключевых слов.

Несколько практических занятий по дисциплине «Имиджевые коммуникации в странах Азиатско-тихоокеанского региона» проводится методом активного обучения – дискуссия. Данный метод способствует изучению отдельных тем курса, позволяя глубоко прорабатывать информацию. При этом методе преподаватель является не только источником нужной информации, но и руководителем деятельности студентов, направленной на получение знаний. Он выбирает рациональный путь методического представления учебного материала, оказывая студентам помощь, максимально сохраняя их самостоятельность. Деятельность студентов включает усвоение информации, совершенствование интеллектуальных функций и формирование ценностного отношения к миру и соответствующей модели поведения.

Семинар методом дискуссии включает следующие этапы: вступительное слово преподавателя; дискуссия по вопросам семинара; подведение итогов, обратная связь. Он начинается с краткого и проблемного вступительного слова преподавателя, в котором он указывает на связь с предшествующими темами и курсом в целом. Преподаватель подчеркивает практическую направленность рассматриваемой проблематики и её связь с вопросами курса; соотносит с общими задачами профессиональной подготовки



студентов. Преподаватель предлагает студентам в ходе занятия обсудить конкретные вопросы, связанные с различными аспектами проблемы.

Далее преподаватель инициирует и направляет дискуссию по тем вопросам, которые предлагаются для обсуждения. Студенты знакомятся с перечнем вопросов и соответствующей литературой предварительно. Дискуссия предоставляет студентам возможность научиться формулировать и высказывать свое мнение по обсуждаемым вопросам четко, аргументировано. Для этого предлагается выстраивать свои выступления на семинаре по следующей схеме: высказать свое мнение, обосновать, на что опираются доказательства в поддержку данной точки зрения, привести аргументы, которые подтверждают данные доводы, обобщить свою позицию и сделать выводы.

Преподаватель следит за тем, чтобы на семинаре была непринужденная обстановка свободного обсуждения. Что бы происходил оживленный обмен мнениями, дискуссии по основным вопросам плана семинара. Преподаватель стремится обеспечить проблемную постановку вопросов и их разрешение, широкое обсуждение.

*Работа с источниками и литературой.* При подготовке к практическим занятиям, а также при самостоятельной работе студенты должны использовать литературу различных видов. Преподаватель предлагает студентам специальные подборки литературы по темам, но также помогает в выработке навыков самостоятельного подбора необходимых источников. У студентов гуманитарных специальностей должен выработаться рационально-критический подход к изучаемой литературе. Он предполагает понимание того, что со временем ряд информационных и теоретических материалов устаревает, требует критического отношения. С другой стороны, каждый текущий вопрос имеет свою историю, которую тоже полезно знать. Также имеет место субъективизм авторов, что необходимо учитывать в своей работе с литературой.

Должны быть выработаны определенные навыки работы с книгой. Чтобы глубоко понять содержание книги, нужно уметь рационально ее читать. Предварительный просмотр книги позволит решить вопрос, стоит ли ее читать (предварительный просмотр включает ознакомление с титульным листом книги, аннотацией, предисловием, оглавлением). Прекрасным профессиональным качеством является умение читать оглавление. Оглавление продумывается как задание по воссозданию текста.

При знакомстве с оглавлением необходимо выделить главы, разделы, параграфы, представляющие интерес. Нужно бегло их просмотреть, найти места, относящиеся к теме, и познакомиться с ними. Необходимый этап работы с книгой — прочтение выделенных мест в быстром темпе. Цель быстрого чтения — определить, что ценного в каждой части, к какому вопросу доклада или реферата имеет отношение информация и что с ней делать.

Можно дать следующие рекомендации по методике быстрого чтения:

- осознать и зафиксировать цель чтения, по какому именно вопросу нужна информация, ее характер;
- необходимо менять скорость чтения, замедляя на информации, прямо соответствующей цели, увеличивать скорость чтения других частей. Описательный текст читается быстрее, чем текст сложных умозаключений;
- требуется сосредоточенно работать над текстом, без отвлечения;
- нужно иметь навык определения структуры текста — соподчиненность его частей (глав, параграфов), взаимосвязь текста с рисунками, таблицами, графиками, примечаниями и приложениями;
- существенно важно понимать смысл прочитанного при беглом ознакомлении с текстом.

Скорость чтения должна быть в 3—4 раза выше скорости речи. Полезными могут быть вспомогательные материалы к изданиям и поэтому необходимо знать, из каких основных элементов состоит аппарат книги, каковы его функции.

Глубже понять содержание книги позволяют вступительная статья, послесловие, предисловие, комментарии, списки литературы. Предисловие знакомит с событиями эпохи, другими трудами автора, а также содержит справочно-информационный материал. При чтении книги, снабженной комментариями и примечаниями, не следует пренебрегать и этими элементами аппарата.

Многие научные книги и статьи имеют в своем аппарате списки литературы, которые повышают информационную ценность издания и дают читателям возможность подобрать дополнительную литературу по данной тематике. Научно-справочный аппарат, при умелом его использовании, способствует более глубокому усвоению содержания книги.

Отдельный этап изучения книги — ведение записи прочитанного. Существует несколько форм ведения записей. План может быть простым и развернутым. Он может иметь форму выписки, тезисов, аннотации, резюме, конспекта. План, является краткой формой записи прочитанного, представляет собой перечень вопросов, рассматриваемых в книге или статье. Планом удобно пользоваться при подготовке текста собственного выступления или статьи на какую-либо тему. Каждый пункт плана раскрывает один из вопросов темы.

Более сложной формой записей, но весьма эффективной для обучения, являются тезисы — сжатое изложение основных положений текста в форме утверждения или отрицания. Тезисы составляются после предварительного знакомства с текстом, при повторном прочтении. Они служат для сохранения информации в памяти и являются основой для дискуссии.

Одной из форм записей является конспект. Начинают конспектирование после того, как все произведение прочитано и составлен его план. В основе конспекта лежат тезисы, усиленные рассуждениями и доказательствами. Виды конспектов - текстуальный, свободный, тематический. Текстуальный конспект создается из отрывков подлинника — цитат, с сохранением логики и структуры текста. Свободный конспект основан на изложении материала в

удобном для читателя порядке. В тематическом конспекте за основу берется тема или проблема. Конспекты составляются по одному или нескольким источникам. Экономия времени при конспектировании дают различного рода сокращения, аббревиатуры. Аккуратное, разборчивое написание конспекта должно сочетаться со скоростью - от 120 до 150 знаков в минуту.

## **VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Дисциплина может быть реализована в следующих аудиториях, расположенных по адресу Приморский край, г. Владивосток, Фрунзенский район г. , Русский Остров, ул. Аякс, п, д. 10, кор. D:

D208/347, D303, D313а, D401, D453, D461, D518, D708, D709, D758, D761, D762, D765, D766, D771, D917, D918, D920, D925, D576, D807 (Лекционная аудитория оборудована маркерной доской, аудиопроигрывателем);

D229, D304, D306, D349, D350, D351, D352, D353, D403, D404, D405, D414, D434, D435, D453, D503, D504, D517, D522, D577, D578, D579, D580, D602, D603, D657, D658, D702, D704, D705, D707, D721, D722, D723, D735, D736, D764, D769, D770, D773, D810, D811, D906, D914, D921, D922, D923, D924, D926 (Мультимедийная аудитория: Проектор Mitsubishi EW330U , Экран проекционный ScreenLineTrimWhiteIce, профессиональная ЖК-панель 47", 500 Кд/м<sup>2</sup>, Full HD M4716CCBA LG, подсистема видеоисточников документ-камера CP355AF Avervision; подсистема видеокоммутации; подсистема аудиокоммутации и звукоусиления; подсистема интерактивного управления);

D207/346 (Мультимедийная аудитория: Проектор 3-chip DLP, 10 600 ANSI-лм, WUXGA 1 920x1 200 (16:10) PT-DZ110XE Panasonic; экран 316x500 см, 16:10 с эл. приводом; крепление настенно-потолочное ElproLargeElectrolProjecta; профессиональная ЖК-панель 47", 500 Кд/м<sup>2</sup>, Full HD M4716CCBA LG; подсистема видеоисточников документ-камера

CP355AF Avervision; подсистема видеокоммутации; подсистема аудиокоммутации и звукоусиления; подсистема интерактивного управления), D226 (Мультимедийная аудитория: Проектор Mitsubishi EW330U , Экран проекционный ScreenLineTrimWhiteIce, профессиональная ЖК-панель 47", 500 Кд/м2, Full HD M4716CCBA LG, подсистема видеокоммутации; подсистема аудиокоммутации и звукоусиления; подсистема интерактивного управления), D362 (профессиональная ЖК-панель 47", 500 Кд/м2, Full HD M4716CCBA LG, подсистема аудиокоммутации и звукоусиления; Компьютерный класс на 15 посадочных мест);

D447, D448, D449, D450, D451, D452, D502, D575 (Мультимедийная аудитория: Проектор Mitsubishi EW330U , Экран проекционный ScreenLineTrimWhiteIce, подсистема видеоисточников документ-камера CP355AF Avervision; подсистема видеокоммутации; подсистема аудиокоммутации и звукоусиления; подсистема интерактивного управления);

D446, D604, D656, D659, D737, D808, D809, D812 (Мультимедийная аудитория: Проектор Mitsubishi EW330U , Экран проекционный ScreenLineTrimWhiteIce, профессиональная ЖК-панель 47", 500 Кд/м2, Full HD M4716CCBA LG, подсистема видеоисточников документ-камера CP355AF Avervision; подсистема видеокоммутации; подсистема аудиокоммутации и звукоусиления; подсистема интерактивного управления; Компьютерный класс; Рабочее место: Компьютеры (Твердотельный диск - объемом 128 ГБ; Жесткий диск - объем 1000 ГБ; Форм-фактор – Tower); комплектуется клавиатурой, мышью. Монитором AOC i2757Fm; комплектом шнуров эл. питания) Модель - M93p 1; Лингафонный класс, компьютеры оснащены программным комплексом Sanakostudy 1200);

D501, D601 (Мультимедийная аудитория: Проектор Mitsubishi EW330U , Экран проекционный ScreenLineTrimWhiteIce, профессиональная ЖК-панель 47", 500 Кд/м2, Full HD M4716CCBA LG, подсистема видеоисточников документ-камера CP355AF Avervision; подсистема видеокоммутации; подсистема аудиокоммутации и звукоусиления;

подсистема интерактивного управления; Компьютерный класс на 26 рабочих мест. Рабочее место: Моноблок Lenovo C360G-i34164G500UDK).

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ДВФУ все здания оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами, оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной поддержки.

## **VIII. ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

### **Темы практических занятий по дисциплине «Имиджевые коммуникации в странах Азиатско-Тихоокеанского региона»**

1. Политический имиджмейкинг: понятие, характеристики.
2. История политического имиджмейкинга.
3. Современное состояние и роль политического имиджмейкинга в современном мире.
4. Функции имиджмейкинга в межстрановой коммуникации.
5. Средства, приемы политического имиджмейкинга.
6. Понятие имиджа. Структура имиджа лидера, организации, страны.
7. Объективные условия и субъективные факторы имиджа.
8. Этапы формирования имиджа.
9. Типология имиджей.
10. Политический маркетинг: понятие, задачи, структура, виды.
11. «Чистые» и «грязные» технологии политического имиджмейкинга.
12. Рациональные и манипулятивные политические технологии.
13. Политический имидж и манипуляция.
14. Коммуникативные события. Информационные поводы.
15. Прием трансфера. Прием визуализации.
16. Метод конструктивного диалога.

17. Паблик релэйшинз.
18. Информационные атаки.
19. Технология социально-политических мифов. Интернет технологии.
20. Регулирование объема информации. «Слухи».
21. Психологические приемы имиджевой коммуникации.
22. Понятие «информационной войны», их сущность, функции, признаки.
23. Соотношение понятий «информационная война», «психологическая война», «пропаганда», «идеология», «терроризм».
24. Законы и принципы ведения информационных войн.
25. Две стороны информационной войны.
26. Психологическая война и техническая война: объекты воздействия, формы, методы.
27. Массовое и индивидуальное сознание: уровни, прямые и косвенные методы воздействия, техника создания мифов, оперирование символическим пространством сознания, воздействие на историческое сознание.
28. Этические кодексы PR, социальная и моральная ответственность специалистов по связям с общественностью и рекламе и идеологическая нейтральность.
29. Суггестия, позиционирование, пропагандистские и рекламные кампании в профессиональной деятельности.
30. Влияние информационных войн на формирование имиджа государства.
31. Особенности культуры Китая, влияющие на имиджевую коммуникацию.
32. Особенности политической культуры Китая.
33. Национальные особенности, культурные условия и другие внутренние факторы эффективной имиджевой коммуникации.
34. Адаптация классической коммуникационной стратегии к КНР.
35. Устранение коммуникационных барьеров как основной шаг построения эффективной имиджевой коммуникационной стратегии.
36. Специфика PR в Китае. Роль интернет-технологий в Китае.

37. Современный имидж КНР.
38. Особенности культуры Южной Кореи, влияющие на имиджевую коммуникацию.
39. Особенности политической культуры республики Корея.
40. Национальные особенности, культурные условия и другие внутренние факторы эффективной имиджевой коммуникации.
41. Адаптация классической коммуникационной стратегии к исследуемому государству.
42. Устранение коммуникационных барьеров как основной шаг построения эффективной имиджевой коммуникационной стратегии.
43. Специфика интернет-технологий в республике Корея.
44. Особенности ПР в Южной Корее.
45. Имидж Кореи в мире.
46. Особенности культуры Японии, влияющие на имиджевую коммуникацию.
47. Особенности политической культуры Японии.
48. Национальные особенности, культурные условия и другие внутренние факторы эффективной имиджевой коммуникации.
49. Адаптация классической коммуникационной стратегии к исследуемому государству.
50. Устранение коммуникационных барьеров как основной шаг построения эффективной имиджевой коммуникационной стратегии.
51. Специфика ПР в республике Япония.
52. Интернет-технологии Японии – особенности применения и функционирования.
53. Имидж Японии в мире.
54. Особенности американской культуры, влияющей на имиджевые коммуникации.
55. Желаемый образ США.
56. Имиджеобразующие факторы США.



57. Имиджевые мессиджи США внутри государства и на международной арене.
58. Органы власти, занимающиеся имиджем государства.
59. Влияние национальной идеологии США на имидж государства.
60. Имиджевые технологии США.
61. Внешняя политика США как определяющий фактор ее международного имиджа.
62. Имидж США в различных странах мира.

### **Темы дискуссий**

1. Соотношение понятий «имидж», «образ», «репутация», «бренд».
2. Манипулятивные и рациональные имиджевые технологии: критерии определения.
3. Политические технологии и информационная безопасность личности.
4. Субъективные факторы имиджа.
5. Объективные условия создания имиджа.
6. «Чистые» и «грязные» технологии политического имиджмейкинга: их роль на современном этапе.
7. Соотношение понятий «информационная война», «психологическая война», «пропаганда», «идеология», «терроризм».
8. Этические кодексы PR, социальная и моральная ответственность специалистов по связям с общественностью и рекламе и идеологическая нейтральность.
9. Влияние информационных войн на формирование имиджа государства.
10. Национальные особенности, культурные условия и другие внутренние факторы эффективной имиджевой коммуникации.
11. Особенности культуры Китая, влияющие на имиджевую коммуникацию.
12. Адаптация классической коммуникационной стратегии к КНР.

13. Специфика ПР в Китае.
14. Имидж КНР на современном этапе: сильные и слабые стороны.
15. Особенности культуры Южной Кореи, влияющие на имиджевую коммуникацию.
16. Адаптация классической коммуникационной стратегии к республике Корея.
17. Имидж Кореи на современном этапе: проблемы и пути решения.
18. Особенности культуры Японии, влияющие на имиджевую коммуникацию.
19. Устранение коммуникационных барьеров России и Японии.
20. Формирование имиджа Японии на современном этапе: достижения и ошибки коммуникации.
21. Восприятие США в разных странах мира.
22. Международный имидж США: сильные и слабые стороны.

### **Темы рефератов**

1. Политический имиджмейкинг: понятие, характеристики.
2. История политического имиджмейкинга.
3. Современное состояние и роль политического имиджмейкинга в современном мире.
4. Функции имиджмейкинга в межстрановой коммуникации.
5. Средства, приемы политического имиджмейкинга.
6. Структура имиджа лидера, организации, страны.
7. Объективные условия и субъективные факторы имиджа.
8. Этапы формирования имиджа.
9. Типология имиджей.
10. Политический маркетинг: понятие, задачи, структура, виды.
11. «Чистые» и «грязные» технологии политического имиджмейкинга.
12. Рациональные и манипулятивные политические технологии.

13. Политический имидж и манипуляция.
14. Коммуникативные события. Информационные поводы.
15. Прием трансфера. Прием визуализации. Метод конструктивного диалога.
16. Паблик релэйшинз.
17. Информационные атаки. Технология социально-политических мифов.
18. Интернет технологии.
19. Регулирование объема информации. «Слухи».
20. Психологические приемы имиджевой коммуникации.
21. Эффект края. Лингвистические ловушки. Родовые имена.
22. Позиционирование. Проставление акцентов на информации.
23. Понятие «информационной войны», ее сущность, функции, признаки.
24. Соотношение понятий «информационная война», «психологическая война», «пропаганда», «идеология», «терроризм».
25. Законы и принципы ведения информационных войн. Две стороны информационной войны.
26. Психологическая война и техническая война: объекты воздействия, формы, методы.
27. Массовое и индивидуальное сознание: уровни, прямые и косвенные методы воздействия.
28. Техника создания мифов, оперирование символическим пространством сознания, воздействие на историческое сознание.
29. Этические кодексы PR, социальная и моральная ответственность специалистов по связям с общественностью и рекламе и идеологическая нейтральность.
30. Суггестия, позиционирование, пропагандистские и рекламные кампании в профессиональной деятельности.
31. Влияние информационных войн на формирование имиджа государства.

32. Особенности культуры Китая, влияющие на имиджевую коммуникацию. Особенности политической культуры Китая.
33. Национальные особенности, культурные условия и другие внутренние факторы эффективной имиджевой коммуникации.
34. Адаптация классической коммуникационной стратегии к КНР.
35. Устранение коммуникационных барьеров как основной шаг построения эффективной имиджевой коммуникационной стратегии.
36. Специфика ПР в Китае. Роль интернет-технологий в Китае.
37. Особенности культуры Южной Кореи, влияющие на имиджевую коммуникацию.
38. Особенности политической культуры республики Корея.
39. Национальные особенности, культурные условия и другие внутренние факторы эффективной имиджевой коммуникации.
40. Адаптация классической коммуникационной стратегии к исследуемому государству.
41. Устранение коммуникационных барьеров как основной шаг построения эффективной имиджевой коммуникационной стратегии.
42. Специфика интернет-технологий в республике Корея. Особенности ПР в Южной Корее.
43. Особенности культуры Японии, влияющие на имиджевую коммуникацию. Особенности политической культуры Японии.
44. Специфика ПР в республике Япония. Интернет-технологии Японии – особенности применения и функционирования.
45. Особенности американской культуры, влияющей на имиджевые коммуникации.
46. Желаемый образ США. Имиджеобразующие факторы США.
47. Имиджевые мессиджи США на международной арене.
48. Органы власти США, занимающиеся имиджем государства.
49. Влияние национальной идеологии США на имидж государства.

50. Имиджевые технологии США. Внешняя политика США как определяющий фактор ее международного имиджа.

51. Имидж США в различных странах мира.

### **Вопросы к зачету**

1. Понятия «общение», «коммуникация», «речевая деятельность».
2. Основные составляющие социальной коммуникации.
3. Личность в системе коммуникации.
4. Коммуникативные роли и обмен информацией в коммуникативной сфере.
5. Содержание и средства речевой коммуникации в процессе формирования политического имиджа.
6. Семиотические особенности различных коммуникативных систем.
7. Убеждение и внушение как способы имиджевого коммуникативного воздействия на аудиторию.
8. Непрямое взаимодействие с аудиторией через «лидеров мнений».
9. Роль имиджеобразующей информатизации в управленческой деятельности и функционировании коммуникативных систем.
10. Средства массовой информации как главная коммуникативная сеть.
11. Понятие эффективности имиджевой коммуникации. Факторы повышения эффективности имиджевой коммуникации.
12. Барьеры имиджевой коммуникации и пути их преодоления.
13. Связи с общественностью как вид имиджевой коммуникации.
14. Стихийные коммуникации и процессы обмена информацией.
15. Общенаучные принципы изучения имиджевой коммуникации.
16. Социологические методы сбора информации о функционировании имиджевой коммуникации
17. Коммуникативные технологии, их роль в создании политического имиджа. Виды коммуникативных технологий.

18. Политическая реклама: сущность, особенности, функции, виды, способы оказания воздействия.
19. Функции имиджмейкинга в межстрановой коммуникации.
20. Понятие имиджа, структура, субъективные факторы.
21. Рациональные и манипулятивные политические технологии.
22. Психологические приемы имиджевой коммуникации.
23. Понятие «информационной войны», ее сущность, функции, признаки.
24. Влияние информационных войн на формирование имиджа государства.
25. Особенности культуры Китая, влияющие на имиджевую коммуникацию.
26. Адаптация классической коммуникационной стратегии к КНР.
27. Имидж Китая в мире.
28. Национальные особенности, культурные условия и другие внутренние факторы эффективной имиджевой коммуникации республики Корея.
29. Устранение коммуникационных барьеров как основной шаг построения эффективной имиджевой коммуникационной стратегии с государством Южная Корея.
30. Формирование имиджа республики Корея на современном этапе.
31. Особенности культуры Японии, влияющие на имиджевую коммуникацию.
32. Специфика ПР в республике Япония.
33. Имидж Японии на современном этапе.
34. Имиджевые технологии США.
35. Внешняя политика США как определяющий фактор ее международного имиджа.
36. Имидж США в различных странах мира.

#### **Шкала оценивания**

<b>Код и наименование</b>	<b>Код и наименование</b>	<b>Оценки и требования к освоению тем/разделов дисциплины</b>
---------------------------	---------------------------	---

ие компетенци и	ие индикатора (индикаторо в) достижения компетенци и	5 (100-86 баллов)	4 (85-76 баллов)	3 (75-61 баллов)	2 (60 баллов и менее)
ОПК-2. Способен применять информацио нно- коммуникац ионные технологии и программны е средства для решения стандартных задач профессиона льной деятельности на основе информацио нной и библиографи ческой культуры и требований информацио нной безопасности )	ОПК-2.1. Использоват ь информацио нно- коммуникац ионные технологии и программны е средства для поиска и обработки больших объемов информации по поставленно й проблематик е на основе стандартов и норм, принятых в профессиона льной среде, и с учетом требований информацио нной безопасности .	Студент демонстриру ет отличное освоение разделов конкретной темы дисциплины, может использовать информацио нно- коммуникац ионные технологии и программны е средства для поиска и обработки больших объемов информации по поставленно й проблематик е на основе стандартов и норм, принятых в профессиона льной среде, и с учетом требований информацио нной безопасности .	Студент демонстриру ет хорошее освоение разделов конкретной темы дисциплины, может использовать информацио нно- коммуникац ионные технологии и программны е средства для поиска и обработки информации по поставленно й проблематик е.	Студент демонстриру ет удовлетворит ельное освоение разделов конкретной темы дисциплины, частично способен использовать информацио нно- коммуникаци онные технологии и программные средства для поиска и обработки информации по поставленно й проблематик е.	Студент не освоил разделы конкретной темы дисциплины не способен использовать информацио нно- коммуникац ионные технологии и программны е средства для поиска и обработки информации по поставленно й проблематик е.
	ОПК-2.2. Самостоятел ьно каталогизиро вать накопленный массив	Студент демонстриру ет отличное освоение разделов конкретной темы	Студент демонстриру ет хорошее освоение разделов конкретной темы	Студент демонстриру ет удовлетворит ельное освоение разделов	Студент не освоил разделы конкретной темы дисциплины и не

	информации и формировать базы данных	дисциплины и способен самостоятельно но каталогизировать накопленный массив информации и формировать базы данных	дисциплины, в целом способен самостоятельно но каталогизировать накопленный массив информации и формировать базы данных	конкретной темы дисциплины, частично демонстрирует навыки самостоятельного каталогизировать накопленный массив информации и формировать базы данных	способен самостоятельно но каталогизировать накопленный массив информации и формировать базы данных
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. Готовить тексты различной жанрово-стилистической принадлежности (дайджесты, аналитические материалы общественно-политической направленности по профилю деятельности для публикации в СМИ и научных журналах) требуемого объема, в том числе на иностранном языке.	Студент демонстрирует отличное освоение разделов конкретной темы дисциплины и способен готовить тексты различной жанрово-стилистической принадлежности (дайджесты, аналитические материалы общественно-политической направленности по профилю деятельности для публикации в СМИ и научных журналах) требуемого объема, в	Студент демонстрирует хорошее освоение разделов конкретной темы дисциплины, в целом способен готовить тексты различной жанрово-стилистической принадлежности (дайджесты, аналитические материалы общественно-политической направленности по профилю деятельности для публикации в СМИ и научных журналах) требуемого	Студент демонстрирует удовлетворительное освоение разделов конкретной темы дисциплины, частично демонстрирует навыки готовить тексты различной жанрово-стилистической принадлежности (дайджесты, аналитические материалы общественно-политической направленности по профилю деятельности для публикации в СМИ и научных	Студент не освоил разделы конкретной темы дисциплины и не способен готовить тексты различной жанрово-стилистической принадлежности (дайджесты, аналитические материалы общественно-политической направленности по профилю деятельности для публикации в СМИ и научных журналах) требуемого объема, в том числе на



		том числе на иностранном языке.	объёма, в том числе на иностранном языке.	журналах) требуемого объёма, в том числе на иностранном языке.	иностранном языке.
	ОПК-5.2. Отбирать и анализировать материалы для публикации в СМИ с учетом особенностей целевой аудитории.	Студент демонстрирует отличное освоение разделов конкретной темы дисциплины и способен отбирать и анализировать материалы для публикации в СМИ с учетом особенностей целевой аудитории.	Студент демонстрирует хорошее освоение разделов конкретной темы дисциплины, в целом способен отбирать и анализировать материалы для публикации в СМИ с учетом особенностей целевой аудитории.	Студент демонстрирует удовлетворительное освоение разделов конкретной темы дисциплины, частично демонстрирует навыки отбирать и анализировать материалы для публикации в СМИ с учетом особенностей целевой аудитории.	Студент не освоил разделы конкретной темы дисциплины и не способен отбирать и анализировать материалы для публикации в СМИ с учетом особенностей целевой аудитории.