



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

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

«СОГЛАСОВАНО»
Руководитель ОП

В.А. Бурлаков
(подпись) (Ф.И.О. рук. ОП)
«_20_» _июня_ 2019 г.

«УТВЕРЖДАЮ»
Заведующий (ая) кафедрой Тихоокеанской Азии

Владимирова Д.А.
(подпись) (Ф.И.О. зав. каф.)
«_20_» _июня_ 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Имиджевые коммуникации в странах Азиатско-Тихоокеанского региона

Направление подготовки 41.03.01 Зарубежное регионоведение

Все профили

Форма подготовки очная

курс 4 семестр 8
лекции 20 час.
практические занятия 20 час.
лабораторные работы не предусмотрены
в том числе с использованием МАО 10 часов
всего часов аудиторной нагрузки 40 часов.
в том числе с использованием МАО не предусмотрено
самостоятельная работа 140 часов.
контрольные работы (количество) не предусмотрены
курсовая работа / курсовой проект не предусмотрен
зачет 8 семестр

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования №553 от 15.06.2017

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры Тихоокеанской Азии, протокол № 10 от «20» июня 2019 г.

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

I. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:

Протокол от «27» мая 2021 г. № 9

Заведующий кафедрой _____ Владимирова Д.А.
(подпись) (И.О. Фамилия)

II. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:

Протокол от «_____» _____ 20__ г. № _____

Заведующий кафедрой _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

Аннотация дисциплины «Имиджевые коммуникации в странах Азиатско-Тихоокеанского региона»

Учебный курс «Имиджевые коммуникации в странах Азиатско-Тихоокеанского региона» предназначен для студентов направления 41.03.01 Зарубежное регионоведение. Общая трудоемкость дисциплины – 5 зачетных единицы, 180 часов.

Дисциплина «Имиджевые коммуникации в странах Азиатско-Тихоокеанского региона» входит в вариативную часть программы. Она тесно связана с дисциплиной «Культура, литература и религии изучаемого региона».

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. 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 данной образовательной программы. Связь с другими курсами обеспечивается общей теоретической базой и понятийным аппаратом, используемым в преподавании этих предметов.

Цель дисциплины состоит в том, чтобы 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.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
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	знает (пороговый уровень)	методы и приемы самостоятельного приобретения, в том числе с помощью информационных технологий и использования в практической деятельности новых знаний и умений, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности
	умеет (продвинутой)	самостоятельно приобретать, в том числе с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности
	владеет (высокий)	навыками самостоятельного приобретения, в том числе с помощью информационных технологий и использования в практической деятельности новых знаний и умений, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности
ОПК-5. Способен формировать дайджесты и аналитические материалы общественно-политической направленности по профилю деятельности для публикации в научных журналах и средствах массовой информации	знает (пороговый уровень)	профессиональную лексику
	умеет (продвинутой)	вести дискуссии на профессиональные темы с использованием профессиональной лексики
	владеет (высокий)	навыками демонстрации знаний современной научной парадигмы в профессиональной области, владеет навыками аргументированной научной дискуссии в динамике ее развития
ПК-5. Владение знаниями об основных тенденциях развития ключевых интеграционных процессов современности	знает (пороговый уровень)	предпосылки и сущность интеграции, формы интеграционных объединений, основные международные организации и сферу их деятельности
	умеет (продвинутой)	ориентироваться в различных формах интеграционных объединений и сферах деятельности международных

	ый)	организаций; критически оценивать роль международных организаций в мировой экономике
	владеет (высокий)	необходимыми теоретическими знаниями и практическими навыками для продвижения интересов РФ в международных организациях. навыками анализа современных интеграционных процессов в мировой экономике

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Имиджевые коммуникации в странах Азиатско-Тихоокеанского региона» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения:

- дискуссия;
- круглый стол.

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. Опосредованная 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

Практические 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 PR 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 Японии (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» представлено в Приложении 1 и 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;
- критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

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, ОПК-5, ПК-5	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 1 по 2
			Умеет	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 1 по 2
			Владеет	УО-4 ПР-7	Вопросы к зачету с 1 по 2
2	Тема 2. Личность и коммуникация. Коммуникатор и коммуниканты	ОПК-2, ОПК-5, ПК-5	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 3 по 4
			Умеет	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 3 по 4
			Владеет	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 3 по 4
3	Тема 3. Содержание имиджевой коммуникации	ОПК-2, ОПК-5, ПК-5	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 5 по 6
			Умеет	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 5 по 6
			Владеет	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 5 по 6
4	Тема 4. Аудитория и имиджевая коммуникация	ОПК-2, ОПК-5, ПК-5	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 7 по 8
			Умеет	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 7 по 8
			Владеет	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 7 по 8
5	Тема 5. Обеспечение имиджевого информационного обмена в коммуникативных системах	ОПК-2, ОПК-5, ПК-5	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 9 по 10
			Умеет	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 9 по 10
			Владеет	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 9 по 10

6	Тема 6. Эффективность имиджевой коммуникации	ОПК-2, ОПК-5, ПК-5	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 11 по 12
			Умеет	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 11 по 12
			Владеет	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 11 по 12
7	Тема 7. Имиджевая коммуникация в различных сферах общественной жизни	ОПК-2, ОПК-5, ПК-5	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 13 по 14
			Умеет	УО-4, ПР-7	Вопросы к зачету с 13 по 14
			Владеет	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 13 по 14
8	Тема 8. Методы исследования имиджевых коммуникаций	ОПК-2, ОПК-5, ПК-5	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 15 по 16
			Умеет	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 15 по 16
			Владеет	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, ОПК-5, ПК-5	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 17 по 18
			Умеет	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 17 по 18
			Владеет	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 17 по 18
10	Тема семинара 1. Политический имиджмейкинг	ОПК-2, ОПК-5, ПК-5	Знает	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 19 по 20
			Умеет	УО-4, УО-4	Вопросы к зачету с 19 по 20
			Владеет	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 19 по 20
11	Тема семинара 2. Приемы и средства политического имиджмейкинга	ОПК-2, ОПК-5, ПК-5	Знает	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 21 по 22
			Умеет	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 21 по 22
			Владеет	УО-1,	Вопросы к

				УО-4	зачету с 21 по 22
12	Тема семинара 3. Имиджевые коммуникации и информационные войны современного мира	ОПК-2, ОПК-5, ПК-5	Знает	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 22 по 23
			Умеет	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 22 по 23
			Владеет	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 22 по 23
13	Тема семинара 4. Имиджевые коммуникации в Китае	ОПК-2, ОПК-5, ПК-5	Знает	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 24 по 26
			Умеет	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 24 по 26
			Владеет	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 24 по 26
14	Тема семинара 5. Построение имиджевых коммуникаций с республикой Корея	ОПК-2, ОПК-5, ПК-5	Знает	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 27 по 29
			Умеет	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 27 по 29
			Владеет	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 27 по 29
15	Тема семинара 6. Построение имиджевых коммуникаций с государством Япония	ОПК-2, ОПК-5, ПК-5	Знает	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 30 по 33
			Умеет	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 30 по 33
			Владеет	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 30 по 33
16	Тема семинара 7. Построение имиджевых коммуникаций Соединенными штатами Америки	ОПК-2, ОПК-5, ПК-5	Знает	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 34 по 36
			Умеет	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 34 по 36
			Владеет	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 34 по 36

УО-1 – собеседование;

УО-4 – дискуссия;

ПР-7 – конспект.

Темы дискуссии, вопросы к собеседованию, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 2.

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 дискурса-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. Имидж России в современном мире : монография / И.А. Василенко. — Москва : Русайнс, 2018. — 123 с. <https://www.book.ru/book/925889>
5. 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>.
6. 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>
7. Регионоведение. Китай : учебник / И. В. Кочергин. – М.: Восточная книга. 2013. – 537 с. <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:794346&theme=FEFU>
8. 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
3. Федеральный портал по научной и инновационной деятельности www.sci-innov.ru
4. Электронная библиотека НИЯУ МИФИ 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](http://www.economy.gov.ru)

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

VI. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

При изучении дисциплины «Имиджевые коммуникации в странах Азиатско-Тихоокеанского региона» рекомендуется усваивать информацию последовательно. Поэтому после проведения каждого лекционного занятия рекомендуется полученную информацию, в ходе проведения лекции, повторить и затем закрепить на практических занятиях, а также при выполнении самостоятельной работы.

В ходе изучения курса «Имиджевые коммуникации в странах Азиатско-Тихоокеанского региона» следует сохранять лекции, решенные задачи и деловые игры, рассмотренные ситуации, потому что они могут пригодиться при подготовке к экзамену.

Работа с лекциями. С первого дня занятий необходимо активно работать с лекциями, что предполагает, во-первых, предварительное прочтение соответствующих глав учебника рекомендованного преподавателем, во-вторых, непременно конспектирование каждой лекции. После окончания лекционного занятия следует провести дополнительную работу с текстом конспекта: внимательно прочитать и проанализировать его, при этом необходимо расшифровать все имеющиеся сокращения и пробелы; выделить непонятные места с тем, чтобы в дальнейшем выяснить их при индивидуальной консультации у преподавателя; выписать в словарь и выучить все новые понятия и термины (дефиниции). Необходимо запомнить, что именно лекции играют первостепенную роль при подготовке к экзамену, так как в отличие от учебных пособий они, как правило, более детальны, иллюстрированы примерами и оперативны, позволяют эффективно оценить современную ситуацию, дать самую «свежую» научную и нормативную информацию, ответить на интересующие аудиторию в данный момент вопросы. В помощь студенту предлагаются лекции-презентации, которые

можно предварительно распечатать и использовать в качестве рабочей тетради на занятии.

Работа с источниками и литературой. В самостоятельной работе студентам приходится использовать литературу различных видов. Преподаватель помогает студентам в выработке навыков самостоятельного подбора необходимой литературы. При изучении гуманитарных дисциплин у студентов должен вырабатываться рационально-критический подход к изучаемым книгам и статьям. Он включает 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.

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. Совет здесь прост: оглавление продумывается как задание по воссозданию текста, при этом свои мысли необходимо фиксировать на бумаге. Развивается концептуальное мышление, умение мыслить образно и свободно.

При ознакомлении с оглавлением необходимо выделить главы, разделы, параграфы, представляющие для вас интерес, бегло их просмотреть, найти места, относящиеся к теме (абзацы, страницы, параграфы), и познакомиться с ними в общих чертах.

Следующий 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, как применить, чем дополнить.

Сформулируем следующие рекомендации по методике быстрого чтения:

- ясно осознать и четко зафиксировать цель чтения: по какому именно вопросу нужна информация, для чего она нужна, ее характер и т.д.;
- оперативно менять скорость чтения, замедляя на информации, прямо соответствующей цели, увеличивать скорость чтения других частей. Описательный текст читается быстрее, чем текст сложных умозаключений, доказательств;
- сосредоточенно работать над текстом, без отвлечения. Это обеспечивает глубокое понимание текста;
- уметь определять структуру текста — соподчиненность его частей (глав, параграфов, рубрик), взаимосвязь текста с рисунками, таблицами, графиками, сносками, примечаниями и приложениями;
- понимать смысл прочитанного при беглом ознакомлении с текстом (выработать способность при прочтении целого предложения сразу понимать его смысл и значение).

Скорость правильного чтения должна быть в 3—4 раза выше скорости речи.

Весьма полезными могут быть вспомогательные материалы к изданиям и поэтому необходимо знать, из каких основных элементов состоит аппарат книги, каковы его функции.

К отличительным элементам книги относятся сведения об авторе и заглавие книги, ее типе или жанре, сведения об ответственности (редакторах, организациях, участвовавших в подготовке издания, и т.д.), выходные данные, аннотация. Эти сведения, расположенные обычно на титульном листе и его обороте, помогают составить предварительное мнение о книге. 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.

Если издание включает большое число материалов, ориентироваться в них помогают специальные указатели. 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 (простой и развернутый), выписки, тезисы, аннотация, резюме, конспект.

План, являясь наиболее краткой формой записи прочитанного, представляет собой перечень вопросов, рассматриваемых в книге или статье. Планом, особенно развернутым, удобно пользоваться при подготовке текста собственного выступления или статьи на какую-либо тему. Каждый пункт плана раскрывает одну из сторон избранной темы, а все пункты в совокупности охватывают ее целиком.

Более сложной и совершенной формой записей 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.

Аннотация — краткое изложение содержания — дает общее представление о книге, брошюре, статье. Резюме кратко характеризует выводы, главные итоги произведения.

Наиболее распространенной формой записей является конспект. Желательно начинать конспектирование после того, как все произведение прочитано и составлен его план. Основную ткань конспекта составляют тезисы, дополненные рассуждениями и доказательствами. Конспект может быть текстуальным, свободным или тематическим. Текстуальный конспект

создается из отрывков подлинника — цитат, с сохранением логики и структуры текста. Свободный конспект основан на изложении материала в удобном для читателя порядке (например, мысли, разбросанные по всей книге, сводятся воедино). В тематическом конспекте за основу берется тема или проблема, он может быть составлен по нескольким источникам.

Экономия времени при конспектировании дает использование различного рода сокращений, аббревиатуры и т.п.

Аккуратное, разборчивое написание конспекта должно сочетаться со скоростью: 120 знаков в минуту — минимальная скорость, 150 знаков — максимальная скорость.

VII. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ

Класс ПЭВМ класса Intel с установленным программным обеспечением:

- MS Windows, (MS Office, Excel, PowerPoint, AcrobatReader).
- Тестовая программа MyTestX (распространяется бесплатно) Справка о программе доступна по адресу <http://mytest.klyaksa.net/wiki/>.
- СПС КонсультантПлюс.

VIII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

«Имиджевые коммуникации в странах Азиатско-Тихоокеанского региона»	Мультимедийная аудитория: Проектор Mitsubishi EW330U , Экран проекционный ScreenLine Trim White Ice, профессиональная ЖК-панель 47", 500 Кд/м2, Full HD M4716CCBA LG, подсистема видеоисточников документ-камера CP355AF AVervision; подсистема видеокмутации; подсистема аудиокоммутации и звукоусиления; подсистема интерактивного управления	690922, Приморский край, г. Владивосток, о. Русский, п. Аякс, 10, Корпус 20 (D).
--	--	--



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

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

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ
РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

**по дисциплине «Имиджевые коммуникации в странах Азиатско-
Тихоокеанского региона»**

Направление подготовки 41.03.01 Зарубежное регионоведение

Все профили

Форма подготовки очная

Владивосток

2019

**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**

№ п/п	Дата/сроки выполнения	Вид самостоятельной работы	Примерные нормы времени на выполнение	Форма контроля
1.	1-18 недели обучения	Подготовка лекционного материала по конспектам и учебной литературе	18 ч.	ПР-7, УО-1
2.	1-3 неделя обучения.	Подготовка к Семинару 1	6 ч.	УО-1
3.	4-6 неделя обучения	Подготовка к Семинару 2	6 ч.	УО-1
4.	7-9 неделя обучения.	Подготовка к Семинару 3	6 ч.	УО-1
5.	10-12 неделя обучения.	Подготовка к Семинару 4	6 ч.	УО-1, УО-4
6.	13-14 недели обучения.	Подготовка к Семинару 5	6 ч.	УО-1, УО-4
7.	15-16 неделя обучения.	Подготовка к Семинару 6.	6 ч.	УО-1, УО-4
8.	17-18 неделя обучения	Подготовка к семинару 7.	6 ч.	УО-1, УО-4
9.	6,12,18 недели обучения	Подготовка к зачету	10 ч.	УО-1, УО-4
Итого			140 ч.	

УО-1 – собеседование

УО-4 – дискуссия;

ПР-7 – конспект.

Подготовка к семинарским занятиям. На семинарских занятиях студенты под руководством преподавателя осваивают новые темы предложенной программы, систематизируют и закрепляют свои знания по конкретным вопросам, а также приобретают определенные навыки самостоятельного изучения вопросов региональной проблематики. Условием успешного освоения тематики семинарского занятия является заблаговременная подготовка к нему.

В самостоятельной работе студентам приходится использовать литературу различных видов. Преподаватель помогает студентам в выработке навыков самостоятельного подбора необходимой литературы. При изучении гуманитарных дисциплин у студентов должен вырабатываться рационально-критический подход к изучаемым книгам и статьям. Он включает 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.

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. При ознакомлении с оглавлением необходимо выделить главы, разделы, параграфы, представляющие для вас интерес, бегло их просмотреть, найти места, относящиеся к теме (абзацы, страницы, параграфы), и познакомиться с ними в общих чертах.

Следующий этап работы с книгой — чтение 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, как применить, чем дополнить.

Сформулируем следующие рекомендации по методике быстрого чтения:

- ясно осознать и четко зафиксировать цель чтения: по какому именно вопросу нужна информация, для чего она нужна, ее характер и т.д.;
- оперативно менять скорость чтения, замедляя на информации, прямо соответствующей цели, увеличивать скорость чтения других частей. Описательный текст читается быстрее, чем текст сложных умозаключений, доказательств;
- сосредоточенно работать над текстом, без отвлечения. Это обеспечит глубокое понимание текста;
- уметь определять структуру текста — соподчиненность его частей (глав, параграфов, рубрик), взаимосвязь текста с рисунками, таблицами, графиками, сносками, примечаниями и приложениями;
- понимать смысл прочитанного при беглом ознакомлении с текстом (выработать способность при прочтении целого предложения сразу понимать его смысл и значение).

Скорость правильного чтения должна быть в 3—4 раза выше скорости речи.

Весьма полезными могут быть вспомогательные материалы к изданиям и поэтому необходимо знать, из каких основных элементов состоит аппарат книги, каковы его функции. К отличительным элементам книги относятся сведения об авторе и заглавие книги, ее типе или жанре, сведения об ответственности (редакторах, организациях, участвовавших в подготовке издания, и т.д.), выходные данные, аннотация. Эти сведения, расположенные обычно на титульном листе и его обороте, помогают составить предварительное мнение о книге. 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.

Если издание включает большое число материалов, ориентироваться в них помогают специальные указатели. 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 (простой и развернутый), выписки, тезисы, аннотация, резюме, конспект.

План, являясь наиболее краткой формой записи прочитанного, представляет собой перечень вопросов, рассматриваемых в книге или статье. Планом, особенно развернутым, удобно пользоваться при подготовке текста собственного выступления или статьи на какую-либо тему. Каждый пункт плана раскрывает одну из сторон избранной темы, а все пункты в совокупности охватывают ее целиком.

Более сложной и совершенной формой записей 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.

Аннотация — краткое изложение содержания — дает общее представление о книге, брошюре, статье. Резюме кратко характеризует выводы, главные итоги произведения.

Наиболее распространенной формой записей является конспект. Желательно начинать конспектирование после того, как все произведение прочитано и составлен его план. Основную ткань конспекта составляют тезисы, дополненные рассуждениями и доказательствами. Конспект может быть текстуальным, свободным или тематическим. Текстуальный конспект создается из отрывков подлинника — цитат, с сохранением логики и структуры текста. Свободный конспект основан на изложении материала в удобном для читателя порядке (например, мысли, разбросанные по всей книге, сводятся воедино). В тематическом конспекте за основу берется тема или проблема, он может быть составлен по нескольким источникам.

Экономия времени при конспектировании дает использование различного рода сокращений, аббревиатуры и т.п. Аккуратное, разборчивое написание конспекта должно сочетаться со скоростью: 120 знаков в минуту — минимальная скорость, 150 знаков — максимальная скорость.

Критерии оценки самостоятельной работы студента (устное выступление, как результат подготовки к семинару и контрольная работа при лабораторной):

- 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 контрольная 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 контрольная 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 контрольная 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.

Задания для подготовки к семинарским занятиям.

Тема 1. Политический имиджмейкинг

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

«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

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

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.

Тема 5. Построение имиджевых коммуникаций в республике Корея

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.

Тема 6. Построение имиджевых коммуникаций с государством Япония

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 республике Япония. Интернет-технологии Японии – особенности применения и функционирования.

Тема 7. Построение имиджевых коммуникаций Соединенными штатами Америки

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.



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

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

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине **«Имиджевые коммуникации в странах Азиатско-
Тихоокеанского региона»**
Направление подготовки 41.03.01 Зарубежное регионоведение
Все профили
Форма подготовки очная

Владивосток
2019

Паспорт ФОС
«Имиджевые коммуникации в странах Азиатско-Тихоокеанского региона»

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, ОПК-5, ПК-5	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 1 по 2
			Умеет	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 1 по 2
			Владеет	УО-4 ПР-7	Вопросы к зачету с 1 по 2
2	Тема 2. Личность и коммуникация. Коммуникатор и коммуниканты	ОПК-2, ОПК-5, ПК-5	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 3 по 4
			Умеет	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 3 по 4
			Владеет	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 3 по 4
3	Тема 3. Содержание имиджевой коммуникации	ОПК-2, ОПК-5, ПК-5	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 5 по 6
			Умеет	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 5 по 6
			Владеет	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 5 по 6
4	Тема 4. Аудитория и имиджевая коммуникация	ОПК-2, ОПК-5, ПК-5	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 7 по 8
			Умеет	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 7 по 8
			Владеет	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 7 по 8
5	Тема 5. Обеспечение имиджевого информационного обмена в коммуникативных системах	ОПК-2, ОПК-5, ПК-5	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 9 по 10
			Умеет	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 9 по 10
			Владеет	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 9 по 10
6	Тема 6. Эффективность имиджевой коммуникации	ОПК-2, ОПК-5, ПК-5	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 11 по 12
			Умеет	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 11 по 12
			Владеет	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 11 по 12

7	Тема 7. Имиджевая коммуникация в различных сферах общественной жизни	ОПК-2, ОПК-5, ПК-5	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 13 по 14
			Умеет	УО-4, ПР-7	Вопросы к зачету с 13 по 14
			Владеет	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 13 по 14
8	Тема 8. Методы исследования имиджевых коммуникаций	ОПК-2, ОПК-5, ПК-5	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 15 по 16
			Умеет	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 15 по 16
			Владеет	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, ОПК-5, ПК-5	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 17 по 18
			Умеет	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 17 по 18
			Владеет	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 17 по 18
10	Тема семинара 1. Политический имиджмейкинг	ОПК-2, ОПК-5, ПК-5	Знает	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 19 по 20
			Умеет	УО-4, УО-4	Вопросы к зачету с 19 по 20
			Владеет	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 19 по 20
11	Тема семинара 2. Приемы и средства политического имиджмейкинга	ОПК-2, ОПК-5, ПК-5	Знает	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 21 по 22
			Умеет	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 21 по 22
			Владеет	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 21 по 22
12	Тема семинара 3. Имиджевые коммуникации и информационные войны современного мира	ОПК-2, ОПК-5, ПК-5	Знает	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 22 по 23
			Умеет	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 22 по 23
			Владеет	УО-1,	Вопросы к

				УО-4	зачету с 22 по 23
13	Тема семинара 4. Имиджевые коммуникации в Китае	ОПК-2, ОПК-5, ПК-5	Знает	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 24 по 26
			Умеет	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 24 по 26
			Владеет	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 24 по 26
14	Тема семинара 5. Построение имиджевых коммуникаций республикой Корея	ОПК-2, ОПК-5, ПК-5	Знает	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 27 по 29
			Умеет	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 27 по 29
			Владеет	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 27 по 29
15	Тема семинара 6. Построение имиджевых коммуникаций государством Япония	ОПК-2, ОПК-5, ПК-5	Знает	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 30 по 33
			Умеет	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 30 по 33
			Владеет	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 30 по 33
16	Тема семинара 7. Построение имиджевых коммуникаций Соединенными штатами Америки	ОПК-2, ОПК-5, ПК-5	Знает	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 34 по 36
			Умеет	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 34 по 36
			Владеет	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 34 по 36

УО-1 – собеседование;
УО-4 – дискуссия;
ПР-7 – конспект.

Шкала оценивания уровня сформированности компетенций по дисциплине «Имиджевые коммуникации в странах Азиатско-Тихоокеанского региона»

Код и формулировка	Этапы формирования компетенции	критерии	показатели
--------------------	--------------------------------	----------	------------

КОМПЕТЕНЦИИ				
<p>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</p>	знает (пороговый уровень)	методы и приемы самостоятельного приобретения, в том числе с помощью информационных технологий и использования в практической деятельности новых знаний и умений, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности	знание определений основных понятий предметной области исследования	способность дать определения основных понятий предметной области исследования
	умеет (продвинутый)	самостоятельно приобретать, в том числе с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности	умение представлять результаты исследований учёных по изучаемой проблеме и собственных исследований, умение применять методы научных исследований для нестандартного решения поставленных задач	<p>способность найти труды учёных и обосновать объективность применения изученных результатов научных исследований в качестве доказательства или опровержения исследовательских аргументов;</p> <p>- способность изучить научные определения относительно объекта и предмета исследования;</p> <p>- способность применять методы научных исследований для нестандартного решения поставленных задач</p>
	владеет (высокий)	навыками самостоятельного приобретения, в том числе с помощью информационных технологий и использования в практической деятельности новых знаний и умений, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности	владение терминологией предметной области знаний, владение способностью сформулировать задание по научному исследованию, чёткое понимание требований, предъявляемых к содержанию и последовательности исследования, владение инструментами представления результатов научных исследований	<p>- способность бегло и точно применять терминологический аппарат предметной области исследования в устных ответах на вопросы и в письменных работах,</p> <p>- способность сформулировать задание по научному исследованию;</p> <p>- способность проводить самостоятельные исследования и представлять их результаты на обсуждение на круглых столах, семинарах, научных конференциях.</p>
<p>ОПК-5. Способен формировать дайджесты и аналитические материалы общественно-</p>	знает (пороговый уровень)	профессиональную лексику	знание современной терминологии в профессиональной сфере	способность дать определения основных понятий предметной области исследования
	умеет (продвинутый)	вести дискуссии на профессиональные темы с	умение пользоваться терминологией предметной области	способность проводить самостоятельные исследования и

политической направленности и по профилю деятельности для публикации в научных журналах и средствах массовой информации		использованием профессиональной лексики	знаний, владение способностью сформулировать задание по научному исследованию, готов к научной дискуссии	представлять их результаты на обсуждение на круглых столах, семинарах, научных конференциях, а также способен вести научную дискуссию
	владеет (высокий)	навыками демонстрации знаний современной научной парадигмы в профессиональной области, владеет навыками аргументированной научной дискуссии в динамике ее развития	владение терминологией предметной области знаний, инструментами представления результатов научных исследований	способность к аргументированной научной дискуссии на языке изучаемого региона/ страны изучаемого региона
ПК-5. Владение знаниями об основных тенденциях развития ключевых интеграционных процессов современности	знает (пороговый уровень)	предпосылки и сущность интеграции, формы интеграционных объединений, основные международные организации и сферу их деятельности	знание форм интеграционных объединений, основных международных организаций и сферу их деятельности	способность ориентироваться в сложных механизмах многосторонней и интеграционной дипломатии
	умеет (продвинутый)	ориентироваться в различных формах интеграционных объединений и сферах деятельности международных организаций; критически оценивать роль международных организаций в мировой экономике	умение ориентироваться в мировых экономических, экологических, демографических, миграционных процессах, понимание механизмов взаимовлияния планетарной среды, мировой экономики и мировой политики	способность представлять результаты исследований учёных по изучаемой проблеме и собственных исследований, умение применять методы научных исследований для нестандартного решения поставленных задач
	владеет (высокий)	необходимыми теоретическими знаниями и практическими навыками для продвижения интересов РФ в международных организациях. навыками анализа современных интеграционных процессов в мировой экономике	владение знаниями об основных тенденциях развития ключевых интеграционных процессов современности. представляет их в своей исследовательской работе	способен уверенно пользоваться методиками прогнозирования мировых интеграционных процессов

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания результатов освоения дисциплины «Имиджевые коммуникации в странах Азиатско-Тихоокеанского региона»

Текущая аттестация студентов. Текущая аттестация студентов по дисциплине «Имиджевые коммуникации в странах Азиатско-Тихоокеанского региона» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Имиджевые коммуникации в странах Азиатско-Тихоокеанского региона» проводится в форме контрольных мероприятий (устных ответов на практических занятиях, в том числе дискуссионного типа с использованием методов активного обучения) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Собеседование (УО-1) - средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- степень усвоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- результаты самостоятельной работы.

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Имиджевые коммуникации в странах Азиатско-Тихоокеанского региона» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной. По данной дисциплине учебным планом предусмотрен зачет в 8 семестре. Он проводится в один этап, по вопросам к зачету в форме собеседования. На зачет выносятся вопросы, охватывающие проблематику курса.

Список вопросов 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.

**Критерии проставления зачета по дисциплине
«Имиджевые коммуникации в странах Азиатско-Тихоокеанского
региона»:**

зачтено	<p>Студент демонстрирует устойчивые знания проблемных аспектов. Ответ отличается глубиной и полнотой раскрытия темы. Студент владеет категориальным аппаратом курса. Студент умеет объяснять сущность политических явлений и процессов, делать выводы и обобщения. 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 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>

Типовые контрольные задания для текущей аттестации

№ п/п	Код ОС	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
1	УО-1	Собеседование	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определённому разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам дисциплины
2	УО-4	Дискуссия	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Перечень дискуссионных тем
3	ПР-7	Конспект	Продукт самостоятельной работы обучающегося, отражающий основные идеи заслушанной лекции, сообщения и т.д.	Темы, разделы дисциплин

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ

Перечень тем 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 ПР 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.

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</p>
---------	---

	<p>последовательно выстраивать ответ. Студент умеет приводить примеры по теме занятия. Студент владеет этическими нормами участия в дискуссии, способен к общению в условиях мировоззренческого многообразия.</p>
не зачтено	<p>В ответе студента отсутствует знание предмета. Студент не умеет давать аргументированные ответы. В ответе студента содержатся серьезные ошибки. Студент пассивен на занятиях, отказывается участвовать в аудиторной работе.</p>

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 PR 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.