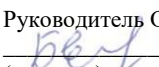


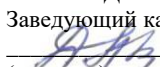


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

«Дальневосточный федеральный университет»  
(ДВФУ)

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

СОГЛАСОВАНО  
Руководитель ОП  
 Бахтина Е.В.  
(подпись) (ФИО)  
«19» января 2022 г.

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
 Владимирова Д.А.  
(подпись) (ФИО.)  
«19» января 2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Имиджевые коммуникации в странах АТР

**Направление подготовки 45.05.01 Перевод и переводоведение**

Профиль «Лингвистическое обеспечение межгосударственных отношений (Южная и Юго-Восточная Азия)»

**Форма подготовки очная**

курс 4 семестр 8  
лекции 10 час.  
практические занятия 30 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 32 часа.  
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 **45.05.01 Перевод и переводоведение**, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ № 989 от 12.08.2020

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры Тихоокеанской Азии, протокол № 5 от «19» января 2022 г.

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

Владивосток  
2022

**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)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачётных единиц / 72 академических часа. Является дисциплиной части ОП, формируемой участниками образовательных отношений, изучается на 4 курсе и завершается зачетом в 8 семестре. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объёме 10 часов, практических занятий в объёме 30 часов (в том числе интерактивных 10 часов), а также выделены часы на самостоятельную работу студента - 32 часа.

Цели и задачи освоения дисциплины:

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.

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Тип задач экспертно-аналитический	ОПК -3 Способен осуществлять межъязыковое и межкультурное взаимодействие на основе знаний в области географии, истории, политической, экономической, социальной, религиозной и	ОПК -3.1 осуществляет межъязыковое и межкультурное взаимодействие
		ОПК-3.2 применяет на практике знания в области географии, истории, политической, экономической, социальной, религиозной и культурной жизни стран изучаемых языков

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
	культурной жизни стран изучаемых языков, а также знания об их роли в региональных и глобальных политических процессах;	ОПК-3.3. осуществлять межъязыковое и межкультурное взаимодействие на основе знаний в различных сферах

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ОПК-3.1. осуществляет межъязыковое и межкультурное взаимодействие	Знает как осуществлять межъязыковое и межкультурное взаимодействие
	Умеет осуществлять межъязыковое и межкультурное взаимодействие
	Владеет навыками осуществления межъязыкового и межкультурного взаимодействия
ОПК-3.2. применяет на практике знания в области географии, истории, политической, экономической, социальной, религиозной и культурной жизни стран изучаемых языков	Знает правила применения на практике знания в области географии, истории, политической, экономической, социальной, религиозной и культурной жизни стран изучаемых языков
	Умеет применять на практике знания в области географии, истории, политической, экономической, социальной, религиозной и культурной жизни стран изучаемых языков
	Владеет навыками применения на практике знания в области географии, истории, политической, экономической, социальной, религиозной и культурной жизни стран изучаемых языков
ОПК-3.3. осуществляет межъязыковое и межкультурное взаимодействие на основе знаний в различных сферах	Знает Правила осуществления межъязыкового и межкультурного взаимодействия на основе знаний в различных сферах
	Умеет осуществлять межъязыковое и межкультурное взаимодействие на основе знаний в различных сферах
	Владеет навыками осуществления межъязыкового и межкультурного взаимодействия на основе знаний в различных сферах

### Структура дисциплины:

Форма обучения – очная.

1. Трудоемкость дисциплины и видов учебных занятий по дисциплине.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачётных единицы (72 академических часа).

№	Наименование раздела дисциплины	Семестр	Количество часов по видам учебных занятий и работы обучающегося						Формы промежуточной аттестации
			Лек	Лаб	Пр	ОК	СР	Контроль	
1	Тема 1. Предмет и базовые аспекты теории коммуникации	8	1				2		ПР-7, УО-1
2	Тема 2. Личность и коммуникация. Коммуникатор и коммуниканты	8	1				2		ПР-7, УО-1
3	Тема 3. Содержание имиджевой коммуникации	8	1				2		ПР-7, УО-1
4	Аудитория и имиджевая коммуникация	8	1				2		ПР-7, УО-1
5	Обеспечение имиджевого информационного обмена в коммуникативных системах	8	1				2		ПР-7, УО-1
6	Эффективность имиджевой коммуникации	8	1				2		ПР-7, УО-1
7	Имиджевая коммуникация в различных сферах общественной жизни	8	1				2		ПР-7, УО-1
8	Тема 8. Методы исследования имиджевых коммуникаций	8	1				2		ПР-7, УО-1
9	Тема 9. Политические технологии и способы продвижения имиджевой информации в политической коммуникации	8	2				2		ПР-7, УО-1
10	Тема 10. Политический имиджмейкинг	8			5		2		УО-1, УО-4
11	Тема 11. Приемы и средства политического имиджмейкинга.	8			5		2		УО-1, УО-4
12	Тема 12. Имиджевые коммуникации и информационные войны современного мира	8			4		2		УО-1, УО-4
13	Тема 13. Имиджевые коммуникации в Китае.	8			4		2		УО-1, УО-4
14	Тема 14. Построение	8			4		2		УО-1,

	имиджевых коммуникаций с республикой Корея								УО-4
15	Тема 15. Построение имиджевых коммуникаций с государством Японии	8			4		2		УО-1, УО-4
16	Тема 16. Построение имиджевых коммуникаций Соединенными штатами Америки	8			4		2		УО-1, УО-4
	Итого:		10		30		32		

УО-1 – собеседование,

УО-4 – дискуссия,

ПР-7 – конспект.

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

### Лекционные занятия

(10 часов)

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

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

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

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

#### **Тема 1. Политический имиджмейкинг (5 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 (5 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 (4 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 (4 часа).** 2 часа занятия проводятся методом активного обучения – дискуссия. Темы дискуссий указаны в Приложении.

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 (4 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 (4 часа).** 2 часа занятия проводятся методом активного обучения – дискуссия. Темы дискуссий указаны в Приложении.

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 (4 часа).** Занятие проводится методом активного обучения – дискуссия. Темы дискуссий указаны в Приложении.

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.

#### **4. СТРУКТУРА, СОДЕРЖАНИЕ, 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»  
(32 часа)**

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	18 ч.	ПР-7, УО-1
<b>2.</b>	1-3неделя обучения.	Подготовка к Семинару 1	2 ч.	УО-1
<b>3.</b>	4-6 неделя	Подготовка к	2 ч.	УО-1

	обучения	Семинару 2			
4.	7-9 неделя обучения.	Подготовка Семинару 3	к	2 ч.	УО-1
5.	10-12 неделя обучения.	Подготовка Семинару 4	к	2 ч.	УО-1, УО-4
6.	13-14 недели обучения.	Подготовка Семинару 5	к	2 ч.	УО-1, УО-4
7.	15-16 неделя обучения.	Подготовка Семинару 6.	к	2 ч.	УО-1, УО-4
8.	17-18 неделя обучения	Подготовка семинару 7.	к	2 ч.	УО-1, УО-4
Итого				32 ч.	

УО-1 – собеседование,

УО-4 – дискуссия,

ПР-7 – конспект.

#### **Задания для самостоятельной работы к теме 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.

#### **Задания для самостоятельной работы к теме 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.

### **Задания для самостоятельной работы к теме 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.

### **Задания для самостоятельной работы к теме 4.**

**Имиджевые коммуникации в Китае.** 2 часа занятия проводятся методом активного обучения – дискуссия. Темы дискуссий указаны в Приложении.

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.

#### **Задания для самостоятельной работы к теме 5.**

##### **Построение имиджевых коммуникаций с республикой Корея.**

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.

#### **Задания для самостоятельной работы к теме 6.**

##### **Построение имиджевых коммуникаций с государством Япония. 2**

часа занятия проводятся методом активного обучения – дискуссия. Темы дискуссий указаны в Приложении.

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.

### **Задания для самостоятельной работы к теме 7.**

**Построение имиджевых коммуникаций Соединенными штатами Америки.** Занятие проводится методом активного обучения – дискуссия. Темы дискуссий указаны в Приложении.

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.

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	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. Студент свободно владеет монологом и диалогом, умеет логично и последовательно выстраивать ответ. Студент умеет приводить примеры по теме занятия. Студент владеет способностью понимать внешнюю политику стран АТР и ее влияние на международные связи изучаемого региона.
---------	--

	Студент владеет этическими нормами участия в дискуссии, способен к общению в условиях мировоззренческого многообразия.
не зачтено	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.

## 6. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения	Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Тема 1. Предмет и базовые аспекты теории коммуникации	ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 1 по 2
			Умеет		
			Владеет навыками		
2	Тема 2. Личность и коммуникация. Коммуникатор и коммуниканты	ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 3 по 4
			Умеет		
			Владеет навыками		
3	Тема 3. Содержание имиджевой коммуникации	ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 5 по 6
			Умеет		
			Владеет навыками		
4	Тема 4. Аудитория и имиджевая коммуникация	ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 7 по 8
			Умеет		
			Владеет навыками		
5	Тема 5. Обеспечение имиджевого информационного обмена в коммуникативных системах	ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 9 по 10
			Умеет		
			Владеет навыками		
6	Тема 6. Эффективность имиджевой	ОПК-3.1; ОПК-3.2;	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 11 по
			Умеет		

	коммуникации	ОПК-3.3	Владеет навыками		12
7	Тема 7. Имиджевая коммуникация в различных сферах общественной жизни	ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 13 по 14
			Умеет		
			Владеет навыками		
8	Тема 8. Методы исследования имиджевых коммуникаций	ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 15 по 16
			Умеет		
			Владеет навыками		
9	Тема 9. Политические технологии и способы продвижения имиджевой информации в политической коммуникации	ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 17 по 18
			Умеет		
			Владеет навыками		
10	Тема семинара 1. Политический имиджмейкинг	ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3	Знает	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 19 по 20
			Умеет		
			Владеет навыками		
11	Тема семинара 2. Приемы и средства политического имиджмейкинга	ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3	Знает	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 21 по 22
			Умеет		
			Владеет навыками		
12	Тема семинара 3. Имиджевые коммуникации и информационные войны современного мира	ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3	Знает	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 22 по 23
			Умеет		
			Владеет навыками		
13	Тема семинара 4. Имиджевые коммуникации в Китае	ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3	Знает	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 24 по 26
			Умеет		
			Владеет навыками		
14	Тема семинара 5. Построение имиджевых коммуникаций с республикой Корея	ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3	Знает	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 27 по 29
			Умеет		
			Владеет навыками		
15	Тема семинара 6. Построение имиджевых коммуникаций с государством Япония	ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3	Знает	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 30 по 33
			Умеет		
			Владеет навыками		
16	Тема семинара 7. Построение имиджевых коммуникаций Соединенными штатами	ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3	Умеет	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 34 по 36
			Владеет навыками		

Америки					
---------	--	--	--	--	--

УО-1 – собеседование;

УО-4 – дискуссия;

ПР-7 – конспект.

Типовые контрольные задания, 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 результаты обучения, представлены в Приложении.

## **7. 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>

## **8. 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

вырабатываться 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;

– сущностно 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.

## 9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебные занятия по дисциплине могут проводиться в следующих помещениях, оснащенных соответствующим оборудованием и программным обеспечением, расположенных по адресу Приморский край, г. Владивосток, Фрунзенский р-н г., Русский Остров, ул. Аякс, п, д. 10:

Перечень материально-технического и программного обеспечения дисциплины приведен в таблице.

№ помещения по плану БТИ	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы <sup>1</sup>	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Учебные аудитории для проведения учебных занятий:			
	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	ЗДЕСЬ ДОПОЛНИТСЯ ЛИЦЕНЗИОННЫМ ПО
	D229, D304, D306, D349, D350, D351, D352, D353, D403, D404, D405, D414, D434, D435, D453, D503, D504, D517,	Мультимедийная аудитория: Проектор Mitsubishi EW330U, Экран проекционный ScreenLine Trim White Ice, профессиональная ЖК-панель 47", 500 Кд/м2, Full HD M4716CCBA LG, подсистема видеисточников	

<sup>1</sup> В соответствии с п.4.3.1 ФГОС

	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	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 Elpro Large Electrol Projecta; 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),	
	D226	Мультимедийная аудитория: Проектор Mitsubishi EW330U, Экран проекционный ScreenLine Trim White Ice, 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 ScreenLine Trim White Ice, 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 ScreenLine Trim White Ice, 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 -	



		<p>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 Sanako study 1200</p>	
	D501, D601	<p>Мультимедийная аудитория:          Проектор Mitsubishi EW330U, Экран проекционный ScreenLine Trim White Ice, профессиональная ЖК-панель 47", 500 Кд/м2, Full HD M4716CCBA LG, подсистема видеисточников 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</p>	
Помещения для самостоятельной работы:			
	A1042 аудитория для самостоятельной работы студентов	<p>Моноблок Lenovo C360G-i34164G500UDK – 115 шт.;          Интегрированный сенсорный дисплей Polymedia FlipBox; Копир-принтер-цветной сканер в e-mail с 4 лотками Xerox WorkCentre 5330 (WC5330C; Полноцветный копир-принтер-сканер Xerox WorkCentre 7530 (WC7530CPS Оборудование для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья: Дисплей Брайля Focus-40 Blue – 3 шт.; Дисплей Брайля Focus-80 Blue; Рабочая станция Lenovo ThinkCentre E73z – 3 шт.; Видео увеличитель ONYX Swing-Arm PC edition; Маркер-диктофон Touch Memo цифровой; Устройство портативное для чтения плоскочечатных текстов PEarl; Сканирующая и читающая машина для незрячих и слабовидящих пользователей SARA; Принтер Брайля Emprint SpotDot - 2 шт.; Принтер Брайля Everest - D V4; Видео увеличитель ONYX Swing-Arm PC edition; Видео увеличитель Topaz 24" XL стационарный электронный; Обучающая система для детей тактильно-речевая, либо для людей с ограниченными возможностями здоровья; Увеличитель ручной видео RUBY портативный – 2 шт.; Экран Samsung S23C200B; Маркер-диктофон Touch Memo цифровой.</p>	<p>Microsoft Windows 7 Pro MAGic 12.0 Pro, Jaws for Windows 15.0 Pro, Open book 9.0, Duxbury BrailleTranslator, Dolphin Guide (контракт № A238-14/2);          Неисключительные права на использование ПО Microsoft рабочих станций пользователей (контракт ЭА-261-18 от 02.08.2018): - лицензия на клиентскую операционную систему;          - лицензия на пакет офисных продуктов для работы с документами включая формат.docx , .xlsx , .vsd , .ppt.; - лицензия па право подключения пользователя к серверным операционным системам , используемым в ДВФУ : Microsoft Windows Server 2008/2012; - лицензия на право подключения к серверу Microsoft Exchange Server Enterprise; - лицензия па право подключения к внутренней информационной системе документооборота и порталу с возможностью</p>

			поиска информации во множестве удаленных и локальных хранилищах, ресурсах, библиотеках информации, включая порталные хранилища, используемой в ДВФУ: Microsoft SharePoint; - лицензия на право подключения к системе централизованного управления рабочими станциями, используемой в ДВФУ: Microsoft System Center.
--	--	--	---

## **Х. ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

Фонды оценочных средств представлены в Приложении.



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**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
**по дисциплине «Имиджевые коммуникации в странах Азиатско-  
Тихоокеанского региона»**  
**Направление подготовки 45.05.01 Перевод и переводоведение**  
**Профиль «Лингвистическое обеспечение межгосударственных отношений  
(Южная и Юго-Восточная Азия)»**  
**Форма подготовки очная**

**Владивосток**  
**2022**

**Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины**

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения	Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Тема 1. Предмет и базовые аспекты теории коммуникации	ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 1 по 2
			Умеет		
			Владеет навыками		
2	Тема 2. Личность и коммуникация. Коммуникатор и коммуниканты	ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 3 по 4
			Умеет		
			Владеет навыками		
3	Тема 3. Содержание имиджевой коммуникации	ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 5 по 6
			Умеет		
			Владеет навыками		
4	Тема 4. Аудитория и имиджевая коммуникация	ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 7 по 8
			Умеет		
			Владеет навыками		
5	Тема 5. Обеспечение имиджевого информационного обмена в коммуникативных системах	ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 9 по 10
			Умеет		
			Владеет навыками		
6	Тема 6. Эффективность имиджевой коммуникации	ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 11 по 12
			Умеет		
			Владеет навыками		
7	Тема 7. Имиджевая коммуникация в различных сферах общественной жизни	ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 13 по 14
			Умеет		
			Владеет навыками		
8	Тема 8. Методы исследования имиджевых коммуникаций	ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 15 по 16
			Умеет		
			Владеет навыками		
9	Тема 9. Политические технологии и способы продвижения имиджевой	ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 17 по 18
			Умеет		
			Владеет навыками		

	информации в политической коммуникации				
10	Тема семинара 1. Политический имиджмейкинг	ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3	Знает	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 19 по 20
			Умеет		
			Владеет навыками		
11	Тема семинара 2. Приемы и средства политического имиджмейкинга	ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3	Знает	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 21 по 22
			Умеет		
			Владеет навыками		
12	Тема семинара 3. Имиджевые коммуникации и информационные войны современного мира	ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3	Знает	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 22 по 23
			Умеет		
			Владеет навыками		
13	Тема семинара 4. Имиджевые коммуникации в Китае	ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3	Знает	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 24 по 26
			Умеет		
			Владеет навыками		
14	Тема семинара 5. Построение имиджевых коммуникаций с республикой Корея	ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3	Знает	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 27 по 29
			Умеет		
			Владеет навыками		
15	Тема семинара 6. Построение имиджевых коммуникаций с государством Япония	ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3	Знает	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 30 по 33
			Умеет		
			Владеет навыками		
16	Тема семинара 7. Построение имиджевых коммуникаций Соединенными штатами Америки	ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3		УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 34 по 36
			Умеет		
			Владеет навыками		

**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 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.

### **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 PR 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.

**Критерии выставления оценки студенту на зачете  
по дисциплине «Имиджевые коммуникации в странах Азиатско-  
тихоокеанского региона»:**

Оценка зачета/ экзамена (стандартная)	Требования к сформированным компетенциям
<i>зачтено</i>	«зачтено» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.

<i>не зачтено</i>	«не зачтено» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «не зачтено» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.
-------------------	--