



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

Юченко Е.С.
(подпись) (ФИО)
«26» января 2021 г.

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой

Владимирова Д.А.
(подпись) (ФИО.)
«26» января 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Имиджевые коммуникации в странах АТР

Направление подготовки 41.03.01 Зарубежное регионоведение

Профиль «Исследование регионов и стран Азии», «Исследование стран Северной Америки»

Форма подготовки очная

курс 4 семестр 8
лекции 20 час.
практические занятия 20 час.
лабораторные работы 00 час.
в том числе с использованием МАО лек. 0 / пр. 10 / лаб. 0 час.
всего часов аудиторной нагрузки 40 час.
в том числе с использованием МАО 10 час.
самостоятельная работа 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, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 15 июня 2017 № 553

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры Тихоокеанской Азии, протокол № 5 от «20» января 2020 г.

Заведующий (ая) кафедрой к.и.н., профессор Владимирова Д.А.

Составители: к.полит.н. Давыборец Е.Н.

Владивосток
2021

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)

1. 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	ПК-1 Аналитика СМИ по вопросам политического, социального, экономического и культурного развития региона специализации	ПК -1.3 Формирование тематического дайджеста публикаций СМИ.
		ПК -1.4 Подбор источников и экспертных комментариев по актуальным политическим, социальным, экономическим и культурным событиям
	ПК -2 Подготовка информационных и информационно-аналитических материалов в сфере политического, социального,	ПК -2.1 Подготовка, структурирование и редактирование информационных и информационно-аналитических текстов.
		ПК -2.2 Сбор, расшифровка и подготовка к публикации комментариев по актуальным информационным поводам.

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
	экономического и культурного развития региона специализации	ПК -2.4 Оценка рейтингов и анализ информационных материалов субъектов политического процесса, оценка статистических социально-экономических показателей, а также оценка основных культурных и социальных тенденций по региону специализации.
	ПК -3 Предоставление консультаций по межкультурному общению в рамках региона специализации	ПК -3.1 Обеспечение успешной межкультурной коммуникации с учетом невербальных средств общения (мимика, жесты), правил этикета, ритуалов, этических и нравственных норм поведения, принятых в регионе специализации.
		ПК -3.2 Сбор и анализ информации, необходимой для понимания конфликтной межкультурной ситуации.
		ПК -3.3 Предоставление путей разрешения межкультурных проблем на основании анализа речевого поведения и невербальных средств общения представителей иноязычной культуры региона специализации.
		ПК-3.4 Создание условий для улучшения процесса коммуникации между людьми, вовлеченными в совместную работу.
	ПК-4 Способен осуществлять консультационную деятельность по вопросам политического, социально-экономического развития, внешней и внутренней политики государств региона специализации в	ПК -4.1 Устанавливает, поддерживает и развивает профессиональные контакты с представителями государственной власти, общественных организаций, коммерческих структур, СМИ в сфере своей региональной/ страновой специализации.
		ПК -4.2 Оказывает базовую консультационную поддержку в сфере своей региональной/ страновой специализации представителям

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
	интересах профильных министерств, ведомств, коммерческих и некоммерческих организаций.	государственной власти, общественных организаций, коммерческих структур, СМИ.

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ПК -1.3 Формирование тематического дайджеста публикаций СМИ	Знает приемы формирования тематического дайджеста публикаций СМИ.
	Умеет - критически оценивать любую информацию, вне зависимости от источника - умеет в практической работе использовать базы данных, поисковые системы: методы сбора и обработки материала, инструментарий мониторинга для осуществления экспертно-аналитической деятельности по проблематике региона специализации.
	Владеет навыками формирования тематического дайджеста публикаций СМИ.
ПК -1.4 Подбор источников и экспертных комментариев по актуальным политическим, социальным, экономическим и культурным событиям	Знает параметры составления комплексной характеристики региона специализации с применением современных технологий поиска, обработки и анализа информации.
	Умеет - обобщать, анализировать и синтезировать профессионально значимую информацию применительно к проблематике дисциплины; - выделять и систематизировать основные идеи в научных текстах.
	Владеет навыками сбора, обработки, анализа и систематизации информации по актуальным политическим, социальным, экономическим и культурным событиям
ПК -2.1 Подготовка, структурирование и редактирование информационных и информационно-аналитических текстов.	Знает основы подготовки, структурирования и редактирования информационных и информационно-аналитических текстов.
	Умеет готовить, структурировать и редактировать информационные, информационно-аналитические тексты.

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
	Владеет навыками подготовки, структурирования и редактирования информационных, информационно-аналитических текстов.
ПК -2.2 Сбор, расшифровка и подготовка к публикации комментариев по актуальным информационным поводам.	Знает основы сбора, расшифровки и подготовки к публикации комментариев по актуальным информационным поводам.
	Умеет собирать, расшифровывать и готовить к публикации комментарии по актуальным информационным поводам.
	Владеет навыками сбора, расшифровки и подготовки к публикации комментариев по актуальным информационным поводам.
ПК -2.4 Оценка рейтингов и анализ информационных материалов субъектов политического процесса, оценка статистических социально-экономических показателей, а также оценка основных культурных и социальных тенденций по региону специализации	Знает - правила оценки рейтингов и анализа информационных материалов субъектов политического процесса, - основы оценки статистических социально-экономических показателей, - основы оценки основных культурных и социальных тенденций по региону специализации.
	Умеет проводить оценку рейтингов, а также анализировать информационные материалы субъектов политического процесса, оценивать статистические и социально-экономические показатели, а также проводить оценку основных культурных и социальных тенденций по региону специализации.
	Владеет навыками оценки рейтингов и анализа информационных материалов субъектов политического процесса, оценки статистических социально-экономических показателей, а также оценки основных культурных и социальных тенденций по региону специализации.
ПК -3.1 Обеспечение успешной межкультурной коммуникации с учетом невербальных средств общения (мимика, жесты), правил этикета, ритуалов, этических и нравственных норм поведения, принятых в регионе специализации.	Знает национальные, этнокультурные и конфессиональные особенности и традиции населения; основы и закономерности социального и межкультурного взаимодействия, направленного на решение профессиональных задач.
	Умеет грамотно, доступно излагать профессиональную информацию в процессе межкультурного взаимодействия с учетом особенностей аудитории; соблюдать этнические нормы и права человека; анализировать особенности социального взаимодействия с учетом национальных,

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
	<p>этнокультурных, конфессиональных особенностей принятых в регионе специализации.</p> <p>Владеет навыками организации продуктивного взаимодействия с учетом национальных, этнокультурных, конфессиональных особенностей; приемами преодоления коммуникативных, образовательных, этнических, конфессиональных и других барьеров в процессе межкультурного взаимодействия.</p>
<p>ПК -3.2 Сбор и анализ информации, необходимой для понимания конфликтной межкультурной ситуации.</p>	<p>Знает основные теории и концепции межкультурной коммуникации</p> <p>Умеет</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять на практике информацию о регионе (стране) специализации в контексте культурных особенностей в процессе межкультурной коммуникации; - избегать или решать межкультурные конфликты и противоречия, отказ от предрассудков и стереотипов. <p>Владеет навыками выделения социокультурной специфики в рамках межкультурного взаимодействия, выделение символических структур, систематизация данных на основе кросс-культурного анализа.</p>
<p>ПК -3.3 Предоставление путей разрешения межкультурных проблем на основании анализа речевого поведения и невербальных средств общения представителей иноязычной культуры региона специализации.</p>	<p>Знает пути разрешения межкультурных проблем на основании анализа речевого поведения и невербальных средств общения представителей иноязычной культуры региона специализации.</p> <p>Умеет оперировать различными вербальными и невербальными средствами для достижения взаимопонимания в процессе общения с представителями иноязычной культуры региона специализации.</p> <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками интерпретации языкового поведения партнера; - навыками осознанного выбора речевых операций в зависимости от целей и ситуации общения, правильно выбрать стиль речи и языковые средства.
<p>ПК-3.4 Создание условий для улучшения процесса коммуникации между людьми, вовлеченными в совместную работу.</p>	<p>Знает основные правила создания условий для улучшения процесса коммуникации между людьми, вовлеченными в совместную работу.</p> <p>Умеет создавать условия для улучшения процесса коммуникации между людьми, вовлеченными в совместную работу.</p> <p>Владеет навыками улучшения процесса коммуникации</p>

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
<p>ПК -4.1 Устанавливает, поддерживает и развивает профессиональные контакты с представителями государственной власти, общественных организаций, коммерческих структур, СМИ в сфере своей региональной/ страновой специализации.</p>	<p>между людьми, вовлеченными в совместную работу.</p>
	<p>Знает основы установления, поддержания и развития профессиональных контакты с представителями государственной власти, общественных организаций, коммерческих структур, СМИ в сфере своей региональной/ страновой специализации.</p>
	<p>Умеет системно и комплексно описывать общественно-политические реалии региона специализации с применением _инструментария основных когнитивных умений (анализа, синтеза, классификации, категоризации, моделирования).</p> <p>Владеет навыками обеспечения организационного, информационного, документального сопровождения консультативного процесса для представителей государственной власти, общественных организаций, коммерческих структур, СМИ.</p>
<p>ПК -4.2 Оказывает базовую консультационную поддержку в сфере своей региональной/ страновой специализации представителям государственной власти, общественных организаций, коммерческих структур, СМИ.</p>	<p>Знает общепринятые научные интерпретации событий, явлений и концепций региона специализации; типичные и наиболее существенные процессы и явления в политике, экономике, международных отношениях региона специализации.</p>
	<p>Умеет</p> <ul style="list-style-type: none"> - готовить программу экспертного опроса по проблематике политического, социального, экономического и культурного развития региона специализации, проводить экспертный опрос, анализировать и интерпретировать его результаты, готовить аналитическую записку по результатам экспертного опроса в интересах представителей государственной власти, общественных организаций, бизнес-структуры, СМИ. - системно и комплексно описывать общественно-политические реалии региона специализации с применением _инструментария основных когнитивных умений (анализа, синтеза, классификации, категоризации, моделирования).
	<p>Владеет</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками участия в научных дискуссиях, выступлениях с сообщениями и докладами, устного, письменного и виртуального предоставления материалов собственных исследований - навыками проведения прикладных исследований и консалтинга.

Структура дисциплины:

Форма обучения – очная.

2. Трудоёмкость дисциплины и видов учебных занятий по дисциплине.

Общая трудоёмкость 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	2				2		ПР-7, УО-1
2	Тема 2. Личность и коммуникация. Коммуникатор и коммуниканты	8	2				2		ПР-7, УО-1
3	Тема 3. Содержание имиджевой коммуникации	8	3				2		ПР-7, УО-1
4	Аудитория и имиджевая коммуникация	8	2				2		ПР-7, УО-1
5	Обеспечение имиджевого информационного обмена в коммуникативных системах	8	2				2		ПР-7, УО-1
6	Эффективность имиджевой коммуникации	8	2				2		ПР-7, УО-1
7	Имиджевая коммуникация в различных сферах общественной жизни	8	2				2		ПР-7, УО-1
8	Тема 8. Методы исследования имиджевых коммуникаций	8	2				2		ПР-7, УО-1
9	Тема 9. Политические технологии и способы продвижения имиджевой информации в политической коммуникации	8	3				2		ПР-7, УО-1
10	Тема 10. Политический имиджмейкинг	8			2		2		УО-1, УО-4
11	Тема 11. Приемы и средства политического имиджмейкинга.	8			3		2		УО-1, УО-4

12	Тема 12. Имиджевые коммуникации и информационные войны современного мира	8			3		2		УО-1, УО-4
13	Тема 13. Имиджевые коммуникации в Китае.	8			3		2		УО-1, УО-4
14	Тема 14. Построение имиджевых коммуникаций с республикой Корея	8			3		2		УО-1, УО-4
15	Тема 15. Построение имиджевых коммуникаций с государством Япония	8			3		2		УО-1, УО-4
16	Тема 16. Построение имиджевых коммуникаций Соединенными штатами Америки	8			3		2		УО-1, УО-4
Итого:			20		20		32		

УО-1 – собеседование,

УО-4 – дискуссия,

ПР-7 – конспект.

3. 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, волюативной 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.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Практические (семинарские) занятия

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

Тема 1. Политический имиджмейкинг (2 часа).

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

имиджа. Этапы формирования имиджа. Типология имиджей. Политический маркетинг: понятие, задачи, структура, виды.

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

«Чистые» и «грязные» технологии политического имиджмейкинга. Рациональные и манипулятивные политические технологии. Политический имидж и манипуляция. Коммуникативные события. Информационные поводы. Прием трансфера. Прием визуализации. Метод конструктивного диалога. Паблик релэйшинз. Информационные атаки. Технология социально-политических мифов. Интернет технологии. Регулирование объема информации. «Слухи». Психологические приемы имиджевой коммуникации. Эффект края. Лингвистические ловушки. Родовые имена. Позиционирование. Проставление акцентов на информации.

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

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

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

Особенности культуры Китая, влияющие на имиджевую коммуникацию. Особенности политической культуры Китая. Национальные особенности, культурные условия и другие внутренние факторы эффективной имиджевой коммуникации. Адаптация классической коммуникационной стратегии к КНР. Устранение коммуникационных барьеров как основной шаг построения эффективной имиджевой коммуникационной стратегии. Специфика ПР в Китае. Роль интернет-технологий в Китае. Современный имидж КНР.

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

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

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

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.

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.

5. 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**

№ 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	18 ч.	ПР-7, УО-1

		литературе			
2.	1-3неделя обучения.	Подготовка Семинару 1	к	2 ч.	УО-1
3.	4-6 неделя обучения	Подготовка Семинару 2	к	2 ч.	УО-1
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.
---------	--

	<p>Студент свободно владеет монологом и диалогом, умеет логично и последовательно выстраивать ответ.</p> <p>Студент умеет приводить примеры по теме занятия.</p> <p>Студент владеет способностью понимать внешнюю политику стран АТР и ее влияние на международные связи изучаемого региона.</p> <p>Студент владеет этическими нормами участия в дискуссии, способен к общению в условиях мировоззренческого многообразия.</p>
не зачтено	<p>В ответе студента отсутствует знание предмета.</p> <p>Студент не умеет давать аргументированные ответы.</p> <p>В ответе студента содержатся серьезные ошибки.</p> <p>Студент пассивен на занятиях, отказывается участвовать в аудиторной работе.</p>

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	ПК-1.3; ПК-1.4; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.4; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-3.4; ПК-4.1; ПК-4.2	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 1 по 2
			Умеет		
			Владеет навыками		
2	Тема 2. Личность и коммуникация. Коммуникатор и коммуниканты	ПК-1.3; ПК-1.4; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.4; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-3.4; ПК-4.1; ПК-4.2	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 3 по 4
			Умеет		
			Владеет навыками		

3	Тема 3. Содержание имиджевой коммуникации	ПК-1.3; ПК-1.4; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.4; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-3.4; ПК-4.1; ПК-4.2	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 5 по 6
			Умеет		
			Владеет навыками		
4	Тема 4. Аудитория и имиджевая коммуникация	ПК-1.3; ПК-1.4; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.4; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-3.4; ПК-4.1; ПК-4.2	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	ПК-1.3; ПК-1.4; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.4; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-3.4; ПК-4.1; ПК-4.2	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 9 по 10
			Умеет		
			Владеет навыками		
6	Тема 6. Эффективность имиджевой коммуникации	ПК-1.3; ПК-1.4; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.4; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-3.4; ПК-4.1; ПК-4.2	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	ПК-1.3; ПК-1.4; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.4; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-3.4; ПК-4.1; ПК-4.2	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 13 по 14
			Умеет		
			Владеет навыками		
8	Тема 8. Методы исследования имиджевых коммуникаций	ПК-1.3; ПК-1.4; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.4; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 15 по 16
			Умеет		
			Владеет навыками		

		3.3; ПК-3.4; ПК-4.1; ПК-4.2			
9	Тема 9. Политические технологии и способы продвижения имиджевой информации в политической коммуникации	ПК-1.3; ПК-1.4; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.4; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-3.4; ПК-4.1; ПК-4.2	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 17 по 18
			Умеет		
			Владеет навыками		
10	Тема семинара 1. Политический имиджмейкинг	ПК-1.3; ПК-1.4; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.4; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-3.4; ПК-4.1; ПК-4.2	Знает	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 19 по 20
			Умеет		
			Владеет навыками		
11	Тема семинара 2. Приемы и средства политического имиджмейкинга	ПК-1.3; ПК-1.4; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.4; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-3.4; ПК-4.1; ПК-4.2	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	ПК-1.3; ПК-1.4; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.4; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-3.4; ПК-4.1; ПК-4.2	Знает	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 22 по 23
			Умеет		
			Владеет навыками		
13	Тема семинара 4. Имиджевые коммуникации в Китае	ПК-1.3; ПК-1.4; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.4; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-3.4; ПК-4.1; ПК-4.2	Знает	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 24 по 26
			Умеет		
			Владеет навыками		
14	Тема семинара 5. Построение имиджевых	ПК-1.3; ПК-1.4; ПК-2.1;	Знает	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 27 по
			Умеет		

	коммуникаций с республикой Корея	ПК-2.2; ПК-2.4; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-3.4; ПК-4.1; ПК-4.2	Владеет навыками		29
15	Тема семинара 6. Построение имиджевых коммуникаций с государством Японии	ПК-1.3; ПК-1.4; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.4; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-3.4; ПК-4.1; ПК-4.2	Знает	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 30 по 33
			Умеет		
16	Тема семинара 7. Построение имиджевых коммуникаций Соединенными штатами Америки	ПК-1.3; ПК-1.4; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.4; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-3.4; ПК-4.1; ПК-4.2	Владеет навыками	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 34 по 36
			Умеет		

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
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>
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;
- существенно важно понимать смысл прочитанного при беглом ознакомлении с текстом.

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

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

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

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

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

Одной из форм записей является конспект. Начинают конспектирование после того, как все произведение прочитано и составлен его план. В основе конспекта лежат тезисы, усиленные рассуждениями и доказательствами. Виды конспектов - текстуальный, свободный, тематический. Текстуальный конспект создается из отрывков подлинника — цитат, с сохранением логики и структуры текста. Свободный конспект основан на изложении материала в удобном для читателя порядке. В тематическом конспекте за основу берется тема или проблема. Конспекты составляются по одному или нескольким источникам. Экономии 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 ¹	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	
	D229, D304, D306, D349, D350, D351, D352, D353, D403, D404, D405, D414, D434, D435, D453, D503, D504, D517, D522, D577, D578, D579, D580, D602, D603, D657, D658, D702, D704, D705, D707, D721, D722, D723, D735, D736, D764, D769, D770, D773, D810, D811, D906, D914, D921, D922, D923, D924, D926	Мультимедийная аудитория: Проектор Mitsubishi EW330U, Экран проекционный 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	
	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),	

¹ В соответствии с п.4.3.1 ФГОС

	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 - 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	
	D501, D601	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 на 26 рабочих мест. Рабочее место: Моноблок Lenovo C360G-i34164G500UDK	
	Помещения для самостоятельной работы:		
	A1042 аудитория для самостоятельной работы студентов	Моноблок Lenovo C360G-i34164G500UDK – 115 шт.; Интегрированный сенсорный дисплей	Microsoft Windows 7 Pro MAGic 12.0 Pro, Jaws for Windows 15.0 Pro, Open

		<p>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 Мемо 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 Мемо цифровой.</p>	<p>book 9.0, Duxbury BrailleTranslator, Dolphin Guide (контракт № А238-14/2); 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 , .ptt.; - 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 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.</p>
--	--	---	---

X. 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 41.03.01 Зарубежное регионоведение

**Профиль «Исследование регионов и стран Азии», «Исследование стран
Северной Америки»**

Форма подготовки очная

**Владивосток
2021**

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	ПК-1.3; ПК-1.4; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.4; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-3.4; ПК-4.1; ПК-4.2	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 1 по 2
			Умеет		
			Владеет навыками		
2	Тема 2. Личность и коммуникация. Коммуникатор и коммуниканты	ПК-1.3; ПК-1.4; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.4; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-3.4; ПК-4.1; ПК-4.2	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 3 по 4
			Умеет		
			Владеет навыками		
3	Тема 3. Содержание имиджевой коммуникации	ПК-1.3; ПК-1.4; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.4; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-3.4; ПК-4.1; ПК-4.2	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 5 по 6
			Умеет		
			Владеет навыками		
4	Тема 4. Аудитория и имиджевая коммуникация	ПК-1.3; ПК-1.4; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.4; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-3.4; ПК-4.1; ПК-4.2	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 7 по 8
			Умеет		
			Владеет навыками		
5	Тема 5. Обеспечение имиджевого информационного обмена в коммуникативных	ПК-1.3; ПК-1.4; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.4; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 9 по 10
			Умеет		
			Владеет навыками		

	системах	3.3; ПК-3.4; ПК-4.1; ПК-4.2			
6	Тема 6. Эффективность имиджевой коммуникации	ПК-1.3; ПК-1.4; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.4; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-3.4; ПК-4.1; ПК-4.2	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	ПК-1.3; ПК-1.4; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.4; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-3.4; ПК-4.1; ПК-4.2	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 13 по 14
			Умеет		
			Владеет навыками		
8	Тема 8. Методы исследования имиджевых коммуникаций	ПК-1.3; ПК-1.4; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.4; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-3.4; ПК-4.1; ПК-4.2	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	ПК-1.3; ПК-1.4; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.4; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-3.4; ПК-4.1; ПК-4.2	Знает	УО-1, ПР-7	Вопросы к зачету с 17 по 18
			Умеет		
			Владеет навыками		
10	Тема семинара 1. Политический имиджмейкинг	ПК-1.3; ПК-1.4; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.4; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-3.4; ПК-4.1; ПК-4.2	Знает	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 19 по 20
			Умеет		
			Владеет навыками		
11	Тема семинара 2. Приемы и средства	ПК-1.3; ПК-1.4; ПК-2.1;	Знает	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 21 по
			Умеет		

	политического имиджмейкинга	ПК-2.2; ПК-2.4; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-3.4; ПК-4.1; ПК-4.2	Владеет навыками		22
12	Тема семинара 3. Имиджевые коммуникации и информационные войны современного мира	ПК-1.3; ПК-1.4; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.4; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-3.4; ПК-4.1; ПК-4.2	Знает	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 22 по 23
			Умеет		
			Владеет навыками		
13	Тема семинара 4. Имиджевые коммуникации в Китае	ПК-1.3; ПК-1.4; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.4; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-3.4; ПК-4.1; ПК-4.2	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	ПК-1.3; ПК-1.4; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.4; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-3.4; ПК-4.1; ПК-4.2	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	ПК-1.3; ПК-1.4; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.4; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-3.4; ПК-4.1; ПК-4.2	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	ПК-1.3; ПК-1.4; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.4; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-3.4; ПК-4.1; ПК-	Умеет	УО-1, УО-4	Вопросы к зачету с 34 по 36
			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 PR в Китае. Роль интернет-технологий в Китае.
37. Современный имидж КНР.
38. Особенности культуры Южной Кореи, влияющие на имиджевую коммуникацию.
39. Особенности политической культуры республики Корея.
40. Национальные особенности, культурные условия и другие внутренние факторы эффективной имиджевой коммуникации.
41. Адаптация классической коммуникационной стратегии к исследуемому государству.

42. Устранение коммуникационных барьеров как основной шаг построения эффективной имиджевой коммуникационной стратегии.
43. Специфика интернет-технологий в республике Корея.
44. Особенности ПР в Южной Корее.
45. Имидж Кореи в мире.
46. Особенности культуры Японии, влияющие на имиджевую коммуникацию.
47. Особенности политической культуры Японии.
48. Национальные особенности, культурные условия и другие внутренние факторы эффективной имиджевой коммуникации.
49. Адаптация классической коммуникационной стратегии к исследуемому государству.
50. Устранение коммуникационных барьеров как основной шаг построения эффективной имиджевой коммуникационной стратегии.
51. Специфика ПР в республике Япония.
52. Интернет-технологии Японии – особенности применения и функционирования.
53. Имидж Японии в мире.
54. Особенности американской культуры, влияющей на имиджевые коммуникации.
55. Желаемый образ США.
56. Имиджеобразующие факторы США.
57. Имиджевые мессиджи США внутри государства и на международной арене.
58. Органы власти, занимающиеся имиджем государства.
59. Влияние национальной идеологии США на имидж государства.
60. Имиджевые технологии США.
61. Внешняя политика США как определяющий фактор ее международного имиджа.
62. Имидж США в различных странах мира.

Темы дискуссий

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

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.

Оценочные средства для промежуточной аттестации

Код и наименование индикатора компет	Результаты обучения	Шкала оценивания промежуточной аттестации			
		Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично

енции					
ПК -1.3 Формир ование тематич еского дайджес та публика ций СМИ	Знает	Не знает приемы формирования тематического дайджеста публикаций СМИ.	Имеет посредственные знания приемов формирования тематического дайджеста публикаций СМИ.	Имеет хорошие знания приемов формирования тематического дайджеста публикаций СМИ.	Имеет отличные знания приемов формирования тематического дайджеста публикаций СМИ.
	Умеет	Не умеет критически оценивать любую информацию, вне зависимости от источника; не умеет в практической работе использовать базы данных, поисковые системы: методы сбора и обработки материала, инструментарий мониторинга для осуществления экспертно-аналитической деятельности по проблематике региона специализации.	Посредственно умеет оценивать информацию, вне зависимости от источника; Не уверенно использует в практической работе базы данных, поисковые системы: методы сбора и обработки материала, инструментарий мониторинга для осуществления экспертно-аналитической деятельности по проблематике региона специализации	Достаточно уверенно критически оценивает информацию, вне зависимости от источника; умеет в практической работе использовать базы данных, поисковые системы: методы сбора и обработки материала, инструментари й мониторинга для осуществления экспертно-аналитической деятельности по проблематике региона специализации	Отлично умеет критически оценивать любую информацию, вне зависимости от источника; умеет в практической работе использовать базы данных, поисковые системы: методы сбора и обработки материала, инструментарий мониторинга для осуществления экспертно-аналитической деятельности по проблематике региона специализации
	Владеет навыками	Не владеет навыками формирования тематического дайджеста публикаций СМИ.	Слабо владеет навыками формирования тематического дайджеста публикаций СМИ.	Достаточно уверенно владеет навыками формирования тематического дайджеста публикаций СМИ.	Отлично владеет навыками формирования тематического дайджеста публикаций СМИ.
ПК -1.4 Подбор источни ков и эксперт ных коммент ариев по актуаль	Знает	Не знает параметры составления комплексной характеристики региона специализации с применением	Посредственно знает параметры составления комплексной характеристики региона специализации с применением	Хорошо знает параметры составления комплексной характеристик и региона специализации с применением	Отлично знает параметры составления комплексной характеристики региона специализации с применением

ным политическим, социальным, экономическим и культурным событиям		современных технологий поиска, обработки и анализа информации.	современных технологий поиска, обработки и анализа информации.	современных технологий поиска, обработки и анализа информации.	современных технологий поиска, обработки и анализа информации.
	Умеет	Не умеет обобщать, анализировать и синтезировать профессионально значимую информацию применительно к проблематике дисциплины; также не умеет выделять и систематизировать основные идеи в научных текстах.	Слабо умеет обобщать, анализировать и синтезировать профессионально значимую информацию применительно к проблематике дисциплины; также посредственно умеет выделять и систематизировать основные идеи в научных текстах.	Хорошо умеет обобщать, анализировать и синтезировать профессионально значимую информацию применительно к проблематике дисциплины; умеет выделять и систематизировать основные идеи в научных текстах.	Отлично умеет обобщать, анализировать и синтезировать профессионально значимую информацию применительно к проблематике дисциплины; также уверенно умеет выделять и систематизировать основные идеи в научных текстах.
	Владеет навыками	Не владеет навыками сбора, обработки, анализа и систематизации информации по актуальным политическим, социальным, экономическим и культурным событиям.	Слабо владеет навыками сбора, обработки, анализа и систематизации информации по актуальным политическим, социальным, экономическим и культурным событиям.	Хорошо владеет навыками сбора, обработки, анализа и систематизации информации по актуальным политическим, социальным, экономическим и культурным событиям.	Отлично владеет навыками сбора, обработки, анализа и систематизации информации по актуальным политическим, социальным, экономическим и культурным событиям.
ПК -2.1 Подготовка, структурирование и редактирование информационных и информационно-аналитических текстов.	Знает	Не знает основы подготовки, структурирования и редактирования информационных и информационно-аналитических текстов.	Слабо знает основы подготовки, структурирования и редактирования информационных и информационно-аналитических текстов.	Хорошо знает основы подготовки, структурирования и редактирования информационных и информационно-аналитических текстов.	Отлично знает основы подготовки, структурирования и редактирования информационных и информационно-аналитических текстов.
	Умеет	Не умеет готовить, структурировать и редактировать информационные, информационно-	Не уверенно готовит, структурирует и редактирует информационны	Хорошо умеет готовить, структурировать и редактировать	Отлично умеет готовить, структурировать и редактировать информационные,

		аналитические тексты.	е, информационно-аналитические тексты.	информационные, информационно-аналитические тексты.	информационно-аналитические тексты.
	Владеет навыками	Не владеет навыками подготовки, структурирования и редактирования информационных, информационно-аналитических текстов.	Слабо владеет навыками подготовки, структурирования и редактирования информационных, информационно-аналитических текстов.	Хорошо владеет навыками подготовки, структурирования и редактирования информационных, информационно-аналитических текстов.	Отлично владеет навыками подготовки, структурирования и редактирования информационных, информационно-аналитических текстов.
ПК -2.2 Сбор, расшифровка и подготовка к публикации комментариев по актуальным информационным поводам	Знает	Не знает основы сбора, расшифровки и подготовки к публикации комментариев по актуальным информационным поводам.	Плохо знает основы сбора, расшифровки и подготовки к публикации комментариев по актуальным информационным поводам.	Хорошо знает основы сбора, расшифровки и подготовки к публикации комментариев по актуальным информационным поводам.	Отлично знает основы сбора, расшифровки и подготовки к публикации комментариев по актуальным информационным поводам.
	Умеет	Не умеет собирать, расшифровывать и готовить к публикации комментарии по актуальным информационным поводам.	Слабо умеет собирать, расшифровывать и готовить к публикации комментарии по актуальным информационным поводам.	Хорошо умеет собирать, расшифровывать и готовить к публикации комментарии по актуальным информационным поводам.	Отлично умеет собирать, расшифровывать и готовить к публикации комментарии по актуальным информационным поводам.
	Владеет навыками	Не владеет навыками сбора, расшифровки и подготовки к публикации комментариев по актуальным информационным поводам.	Слабо владеет навыками сбора, расшифровки и подготовки к публикации комментариев по актуальным информационным поводам.	Хорошо владеет навыками сбора, расшифровки и подготовки к публикации комментариев по актуальным информационным поводам.	Отлично владеет навыками сбора, расшифровки и подготовки к публикации комментариев по актуальным информационным поводам.
ПК -2.4 Оценка рейтингов и анализ	Знает	Не знает правила оценки рейтингов и анализа информационных	Плохо знает правила оценки рейтингов и анализа информационных	Хорошо знает правила оценки рейтингов и анализа информационных	Отлично знает правила оценки рейтингов и анализа информационных

информационных материалов субъектов политического процесса, оценка статистических социально-экономических показателей, а также оценка основных культурных и социальных тенденций по региону специализации		материалов субъектов политического процесса, также не знает основы оценки статистических социально-экономических показателей, также не знает основы оценки основных культурных и социальных тенденций по региону специализации.	х материалов субъектов политического процесса, также посредственно знает основы оценки статистических социально-экономических показателей, и основы оценки основных культурных и социальных тенденций по региону специализации.	ых материалов субъектов политического процесса, также хорошо знает основы оценки статистических социально-экономических показателей, хорошо знает основы оценки основных культурных и социальных тенденций по региону специализации.	материалов субъектов политического процесса, также отлично знает основы оценки статистических социально-экономических показателей, отлично знает основы оценки основных культурных и социальных тенденций по региону специализации.
	Умеет	Не умеет проводить оценку рейтингов, а также анализировать информационные материалы субъектов политического процесса, оценивать статистические и социально-экономические показатели, а также проводить оценку основных культурных и социальных тенденций по региону специализации.	Посредственно умеет проводить оценку рейтингов, а также анализировать информационные материалы субъектов политического процесса, оценивать статистические и социально-экономические показатели, а также проводить оценку основных культурных и социальных тенденций по региону специализации.	Хорошо умеет проводить оценку рейтингов, а также анализировать информационные материалы субъектов политического процесса, оценивать статистические и социально-экономические показатели, а также проводить оценку основных культурных и социальных тенденций по региону специализации.	Отлично умеет проводить оценку рейтингов, а также анализировать информационные материалы субъектов политического процесса, оценивать статистические и социально-экономические показатели, а также проводить оценку основных культурных и социальных тенденций по региону специализации.
	Владеет навыками	Не владеет навыками оценки рейтингов и анализа информационных материалов субъектов политического процесса, оценки статистических	Слабо владеет навыками оценки рейтингов и анализа информационных материалов субъектов политического процесса, оценки	Хорошо владеет навыками оценки рейтингов и анализа информационных материалов субъектов политического	Отлично владеет навыками оценки рейтингов и анализа информационных материалов субъектов политического процесса, оценки статистических

		социально-экономических показателей, а также оценки основных культурных и социальных тенденций по региону специализации.	статистических социально-экономических показателей, а также оценки основных культурных и социальных тенденций по региону специализации.	процесса, оценки статистических социально-экономических показателей, а также оценки основных культурных и социальных тенденций по региону специализации.	социально-экономических показателей, а также оценки основных культурных и социальных тенденций по региону специализации.
ПК -3.1 Обеспечение успешной межкультурной коммуникации с учетом невербальных средств общения (мимика, жесты), правил этикета, ритуалов, этических и нравственных норм поведения, принятых в регионе специализации.	Знает	Не знает национальные, этнокультурные и конфессиональные особенности и традиции населения; основы и закономерности социального и межкультурного взаимодействия, направленного на решение профессиональных задач.	Плохо знает национальные, этнокультурные и конфессиональные особенности и традиции населения; основы и закономерности социального и межкультурного взаимодействия, направленного на решение профессиональных задач.	Хорошо знает национальные, этнокультурные и конфессиональные особенности и традиции населения; основы и закономерности социального и межкультурного взаимодействия, направленного на решение профессиональных задач.	Отлично знает национальные, этнокультурные и конфессиональные особенности и традиции населения; основы и закономерности социального и межкультурного взаимодействия, направленного на решение профессиональных задач.
	Умеет	Не умеет грамотно, доступно излагать профессиональную информацию в процессе межкультурного взаимодействия с учетом особенностей аудитории; соблюдать этнические нормы и права человека; анализировать особенности социального взаимодействия с учетом национальных,	Слабо умеет грамотно, доступно излагать профессиональную информацию в процессе межкультурного взаимодействия с учетом особенностей аудитории; соблюдать этнические нормы и права человека; анализировать особенности социального взаимодействия	Хорошо умеет грамотно, доступно излагать профессиональную информацию в процессе межкультурного взаимодействия с учетом особенностей аудитории; соблюдать этнические нормы и права человека; анализировать особенности	Отлично умеет грамотно, доступно излагать профессиональную информацию в процессе межкультурного взаимодействия с учетом особенностей аудитории; соблюдать этнические нормы и права человека; анализировать особенности социального взаимодействия с учетом национальных,

		этнокультурных, конфессиональных особенностей принятых в регионе специализации.	с учетом национальных, этнокультурных, конфессиональных особенностей принятых в регионе специализации.	социального взаимодействия с учетом национальных, этнокультурных, конфессиональных особенностей принятых в регионе специализации.	этнокультурных, конфессиональных особенностей принятых в регионе специализации.
	Владеет навыками	Не владеет навыками организации продуктивного взаимодействия с учетом национальных, этнокультурных, конфессиональных особенностей; не владеет приемами преодоления коммуникативных, образовательных, этнических, конфессиональных и других барьеров в процессе межкультурного взаимодействия.	Посредственно владеет навыками организации продуктивного взаимодействия с учетом национальных, этнокультурных, конфессиональных особенностей; слабо владеет приемами преодоления коммуникативных, образовательных, этнических, конфессиональных и других барьеров в процессе межкультурного взаимодействия.	Хорошо владеет навыками организации продуктивного взаимодействия с учетом национальных, этнокультурных, конфессиональных особенностей; уверенно владеет приемами преодоления коммуникативных, образовательных, этнических, конфессиональных и других барьеров в процессе межкультурного взаимодействия.	Свободно владеет навыками организации продуктивного взаимодействия с учетом национальных, этнокультурных, конфессиональных особенностей; отлично владеет приемами преодоления коммуникативных, образовательных, этнических, конфессиональных и других барьеров в процессе межкультурного взаимодействия.
ПК -3.2 Сбор и анализ информации, необходимой для понимания конфликтной	Знает	Не знает пути разрешения межкультурных проблем на основании анализа речевого поведения и невербальных средств общения представителей иноязычной культуры региона	Слабо знает пути разрешения межкультурных проблем на основании анализа речевого поведения и невербальных средств общения представителей иноязычной культуры	Хорошо знает пути разрешения межкультурных проблем на основании анализа речевого поведения и невербальных средств общения	Отлично знает пути разрешения межкультурных проблем на основании анализа речевого поведения и невербальных средств общения представителей иноязычной культуры региона

межкультурной ситуации.		специализации.	региона специализации.	представителей иноязычной культуры региона специализации.	специализации.
	Умеет	Не умеет оперировать различными вербальными и невербальными средствами для достижения взаимопонимания в процессе общения с представителями иноязычной культуры региона специализации.	Слабо умеет оперировать различными вербальными и невербальными средствами для достижения взаимопонимания в процессе общения с представителями иноязычной культуры региона специализации.	Хорошо умеет оперировать различными вербальными и невербальными средствами для достижения взаимопонимания в процессе общения с представителями иноязычной культуры региона специализации.	Свободно умеет оперировать различными вербальными и невербальными средствами для достижения взаимопонимания в процессе общения с представителями иноязычной культуры региона специализации.
	Владеет навыками	Не владеет навыками интерпретации языкового поведения партнера; а также навыками осознанного выбора речевых операций в зависимости от целей и ситуации общения, не может правильно выбрать стиль речи и языковые средства.	Плохо владеет навыками интерпретации языкового поведения партнера; а также навыками осознанного выбора речевых операций в зависимости от целей и ситуации общения, плохо может выбрать стиль речи и языковые средства.	Уверенно владеет навыками интерпретации языкового поведения партнера; а также навыками осознанного выбора речевых операций в зависимости от целей и ситуации общения, хорошо может правильно выбрать стиль речи и языковые средства.	Свободно владеет навыками интерпретации языкового поведения партнера; а также навыками осознанного выбора речевых операций в зависимости от целей и ситуации общения, свободно может правильно выбрать стиль речи и языковые средства.
ПК -3.3 Предоставление путей разрешения межкультурных проблем на основании	Знает	Не знает пути разрешения межкультурных проблем на основании анализа речевого поведения и невербальных средств общения представителей иноязычной культуры региона	Плохо знает пути разрешения межкультурных проблем на основании анализа речевого поведения и невербальных средств общения представителей иноязычной культуры	Хорошо знает пути разрешения межкультурных проблем на основании анализа речевого поведения и невербальных средств общения	Отлично знает пути разрешения межкультурных проблем на основании анализа речевого поведения и невербальных средств общения представителей иноязычной культуры региона

анализа речевого поведения и невербальных средств общения представителей иноязычной культуры региона специализации.		специализации.	региона специализации.	представителей иноязычной культуры региона специализации.	специализации.
	Умеет	Не умеет оперировать различными вербальными и невербальными средствами для достижения взаимопонимания в процессе общения с представителями иноязычной культуры региона специализации.	Слабо умеет оперировать различными вербальными и невербальными средствами для достижения взаимопонимания в процессе общения с представителями иноязычной культуры региона специализации.	Хорошо умеет оперировать различными вербальными и невербальными средствами для достижения взаимопонимания в процессе общения с представителями иноязычной культуры региона специализации.	Отлично умеет оперировать различными вербальными и невербальными средствами для достижения взаимопонимания в процессе общения с представителями иноязычной культуры региона специализации.
	Владеет навыками	Не владеет навыками интерпретации языкового поведения партнера; также не владеет навыками осознанного выбора речевых операций в зависимости от целей и ситуации общения, не может правильно выбрать стиль речи и языковые средства.	Плохо владеет навыками интерпретации языкового поведения партнера; также слабо владеет навыками осознанного выбора речевых операций в зависимости от целей и ситуации общения, с трудом может правильно выбрать стиль речи и языковые средства.	Уверенно владеет навыками интерпретации языкового поведения партнера; также хорошо владеет навыками осознанного выбора речевых операций в зависимости от целей и ситуации общения, может правильно выбрать стиль речи и языковые средства.	Свободно владеет навыками интерпретации языкового поведения партнера; также отлично владеет навыками осознанного выбора речевых операций в зависимости от целей и ситуации общения, свободно может правильно выбрать стиль речи и языковые средства.
ПК-3.4 Создание условий для улучшения процесса коммуникации	Знает	Не знает основные правила создания условий для улучшения процесса коммуникации между людьми, вовлеченными в совместную работу.	Плохо знает основные правила создания условий для улучшения процесса коммуникации между людьми, вовлеченными в	Хорошо знает основные правила создания условий для улучшения процесса коммуникации между людьми, вовлеченными	Отлично знает основные правила создания условий для улучшения процесса коммуникации между людьми, вовлеченными в совместную работу.

икации между людьми, вовлеченными в совместную работу.	Умеет	Не умеет создавать условия для улучшения процесса коммуникации между людьми, вовлеченными в совместную работу.	Почти не умеет создавать условия для улучшения процесса коммуникации между людьми, вовлеченными в совместную работу.	Вполне нормально умеет создавать условия для улучшения процесса коммуникации между людьми, вовлеченными в совместную работу.	Превосходно умеет создавать условия для улучшения процесса коммуникации между людьми, вовлеченными в совместную работу.
	Владеет навыками	Не владеет навыками улучшения процесса коммуникации между людьми, вовлеченными в совместную работу.	Слабо владеет навыками улучшения процесса коммуникации между людьми, вовлеченными в совместную работу.	Хорошо владеет навыками улучшения процесса коммуникации между людьми, вовлеченными в совместную работу.	Отлично владеет навыками улучшения процесса коммуникации между людьми, вовлеченными в совместную работу.
ПК -4.1 Устанавливает, поддерживает и развивает профессиональные контакты с представителями государственной власти, общественных организаций, коммерческих структур, СМИ в сфере своей региональной/ страновой специализации.	Знает	Не знает основы установления, поддержания и развития профессиональных контакты с представителями государственной власти, общественных организаций, коммерческих структур, СМИ в сфере своей региональной/ страновой специализации.	Плохо знает основы установления, поддержания и развития профессиональных контакты с представителями государственной власти, общественных организаций, коммерческих структур, СМИ в сфере своей региональной/ страновой специализации.	Хорошо знает основы установления, поддержания и развития профессиональных контакты с представителями государственной власти, общественных организаций, коммерческих структур, СМИ в сфере своей региональной/ страновой специализации.	Отлично знает основы установления, поддержания и развития профессиональных контакты с представителями государственной власти, общественных организаций, коммерческих структур, СМИ в сфере своей региональной/ страновой специализации.
	Умеет	Не умеет системно и комплексно описывать общественно-политические реалии региона специализации с применением _инструментария основных когнитивных	Плохо умеет системно и комплексно описывать общественно-политические реалии региона специализации с применением _инструментария основных	Хорошо умеет системно и комплексно описывать общественно-политические реалии региона специализации с применением _инструментария основных	Отлично умеет системно и комплексно описывать общественно-политические реалии региона специализации с применением _инструментария основных

льной/ странов ой специал изации.		умений (анализа, синтеза, классификации, категоризации, моделирования).	когнитивных умений (анализа, синтеза, классификации, категоризации, моделирования).	когнитивных умений (анализа, синтеза, классификации, категоризации, моделирования).	когнитивных умений (анализа, синтеза, классификации, категоризации, моделирования).
	Владеет навыками	Не владеет навыками обеспечения организационного, информационного, документального сопровождения консультативного процесса для представителей государственной власти, общественных организаций, коммерческих структур, СМИ.	Слабо владеет навыками обеспечения организационного, информационного, документального сопровождения консультативного процесса для представителей государственной власти, общественных организаций, коммерческих структур, СМИ.	Уверенно владеет навыками обеспечения организационного, информационного, документального сопровождения консультативного процесса для представителей государственной власти, общественных организаций, коммерческих структур, СМИ.	Свободно владеет навыками обеспечения организационного, информационного, документального сопровождения консультативного процесса для представителей государственной власти, общественных организаций, коммерческих структур, СМИ.
ПК -4.2 Оказывает базовую консультационную поддержку в сфере своей региональной/ страновой специализации представителям государственной власти,	Знает	Не знает общепринятые научные интерпретации событий, явлений и концепций региона специализации; типичные и наиболее существенные процессы и явления в политике, экономике, международных отношениях региона специализации.	Плохо знает общепринятые научные интерпретации событий, явлений и концепций региона специализации; типичные и наиболее существенные процессы и явления в политике, экономике, международных отношениях региона специализации.	Хорошо знает общепринятые научные интерпретации событий, явлений и концепций региона специализации; типичные и наиболее существенные процессы и явления в политике, экономике, международных отношениях региона специализации.	Отлично знает общепринятые научные интерпретации событий, явлений и концепций региона специализации; типичные и наиболее существенные процессы и явления в политике, экономике, международных отношениях региона специализации.
	Умеет	Не умеет готовить программу экспертного	Плохо умеет готовить программу экспертного	Хорошо умеет готовить программу экспертного	Отлично умеет готовить программу экспертного

общественных организаций, коммерческих структур, СМИ.		опроса по проблематике политического, социального, экономического и культурного развития региона специализации, не умеет проводить экспертный опрос, анализировать и интерпретировать его результаты, готовить аналитическую записку по результатам экспертного опроса в интересах представителей государственной власти, общественных организаций, бизнес-структуры, СМИ. Также не умеет системно и комплексно описывать общественно-политические реалии региона специализации с применением _инструментария основных когнитивных умений (анализа, синтеза, классификации, категоризации, моделирования).	опроса по проблематике политического, социального, экономического и культурного развития региона специализации, также плохо умеет проводить экспертный опрос, анализировать и интерпретировать его результаты, готовить аналитическую записку по результатам экспертного опроса в интересах представителей государственной власти, общественных организаций, бизнес-структуры, СМИ; не умеет системно и комплексно описывать общественно-политические реалии региона специализации с применением _инструментария основных когнитивных умений (анализа, синтеза, классификации, категоризации, моделирования).	опроса по проблематике политического, социального, экономического и культурного развития региона специализации, также хорошо умеет проводить экспертный опрос, анализировать и интерпретировать его результаты, готовить аналитическую записку по результатам экспертного опроса в интересах представителей государственной власти, общественных организаций, бизнес-структуры, СМИ; умеет системно и комплексно описывать общественно-политические реалии региона специализации с применением _инструментария основных когнитивных умений (анализа, синтеза, классификации, категоризации, моделирования).	опроса по проблематике политического, социального, экономического и культурного развития региона специализации, также отлично умеет проводить экспертный опрос, анализировать и интерпретировать его результаты, готовить аналитическую записку по результатам экспертного опроса в интересах представителей государственной власти, общественных организаций, бизнес-структуры, СМИ; свободно умеет системно и комплексно описывать общественно-политические реалии региона специализации с применением _инструментария основных когнитивных умений (анализа, синтеза, классификации, категоризации, моделирования).
	Владеет навыками	Не владеет навыками участия в научных дискуссиях, выступлениях с сообщениями и	Слабо владеет навыками участия в научных дискуссиях, выступлениях с	Хорошо владеет навыками участия в научных дискуссиях,	Отлично владеет навыками участия в научных дискуссиях, выступлениях с сообщениями и

		докладами, устного, письменного и виртуального предоставления материалов собственных исследований; не владеет навыками проведения прикладных исследований и консалтинга.	сообщениями и докладами, устного, письменного и виртуального предоставления материалов собственных исследований; также плохо владеет навыками проведения прикладных исследований и консалтинга.	выступлениях с сообщениями и докладами, устного, письменного и виртуального предоставления материалов собственных исследований; также хорошо владеет навыками проведения прикладных исследований и консалтинга.	докладами, устного, письменного и виртуального предоставления материалов собственных исследований; свободно владеет навыками проведения прикладных исследований и консалтинга.
--	--	--	---	---	--

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.