

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 26.03.2026 20:56:16
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Приложение 4
к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.09.02«Имиджелогия»

(индекс и наименование дисциплины, в соответствии с учебным планом)

38.03.02 Менеджмент

(код и наименование направления подготовки)

Управление персоналом

(профиль)

Очная

(форма обучения)

Год набора - 2025

Санкт-Петербург

Автор(ы)-составитель(и) РПД:

Кучина Ольга Владимировна, к.экон.н., доцент, доцент кафедры менеджмента

Заведующий кафедрой:

Лабудин Александр Васильевич, доктор экон. наук, профессор, заведующий кафедрой менеджмента

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДВ.09.02 Имиджелогия одобрена на заседании кафедры менеджмента факультета экономики и финансов СЗИУ РАНХиГС.

Протокол №7 от 25 августа 2025 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии их оценивания
5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.09.02 Имиджелогия обеспечивает формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций*:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС <i>(при наличии)**</i>	Код компетенции **	Наименование Компетенции **	Код индикатора достижения компетенций **	Наименование индикатора достижения компетенций **	Образовательный результат **
	ПКс-2	Способен анализировать взаимосвязи между функциональным и стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений	ПКс-2.1	Осуществляет функциональные стратегии организации и контролирует стратегический процесс	ПКс-2.1 З-1 <i>Знает</i> методы формирования имиджа в контексте функциональных стратегий организации ПКс-2.1 У-1 <i>Умеет</i> формировать и продвигать имидж организации
			ПКс-2.2	Подготавливает сбалансированные управленческие решения	ПКс-2.2 З-1 <i>Знает</i> методы принятия сбалансированных управленческих решений ПКс-2.2 У-1 <i>Умеет</i> подготавливать сбалансированные управленческие решения в сфере имиджелогии

* Дисциплина может формировать компетенцию полностью или частично.

** Должно соответствовать Приложению 1 к образовательной программе

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы/108 академических/81 астрономических часов.

Дисциплина реализуется частично с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ). Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым

обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://lms.ranepa.ru/>. Пароль и логин к личному кабинету/профилю предоставляется студенту в деканате.

Теоретические занятия (лекции) проводятся по потокам. Общий объем лекционного курса составляет 16 академических часов.

Практические занятия организуются по группам в виде семинаров в диалоговом режиме. Общий объем практических занятий 24 академических часов.

Программой предусмотрена самостоятельная работа студентов в объеме 66 академических часа. В рамках самостоятельной работы студенты изучают теоретический материал в целях подготовки к устному опросу и тестированию, выполняют профессионально-исследовательское задание (разрабатывают модель, оценивают системы, применяют методы и средства системного анализа), готовятся к организационно-мыслительной игре и практическим контрольным заданиям.

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.09.02 «Имиджелогия» предназначена для изучения студентами по направлению подготовки «Менеджмент», профиль «Управление персоналом». Изучается в 7 семестре 4 курса.

Освоение дисциплины базируется на теоретических положениях и практических навыках, полученных при изучении курсов Методы принятия управленческих решений, Управление проектами, Экономика и социология труда, Инновационный менеджмент в управлении персоналом, Маркетинг персонала и др.

Объем дисциплины, реализуемый с применением СДО: количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся: всего с применением СДО – 66 академ. часа.

Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины, используются студентами при подготовке и сдаче государственного экзамена.

Формой промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом является зачет с оценкой.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕГО	Объем дисциплины, ак.час										Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации		
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий							Самостоятельная работа					
			Период теоретического обучения				Период промежуточной аттестации (сессия)			СРкр	СРэк	СР			
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ					Кат тэк	К о н т р о л ь
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ									
Тема 1	Имидж как социальное явление.	17	2			4							11	ПИЗ	
Тема 2	Социальный механизм формирования имиджа.	17	2			4							11	ПИЗ	

Тема 3	Индивидуальный имидж	19	4			4							11	ПЗ
Тема 4	Корпоративный имидж	19	4			4							11	К, ПЗ
Тема 5	Имидж в различных сферах деятельности	17	2			4							11	Д, ПЗ
Тема 6	Модель формирования имиджа современного руководителя	17	2			4							11	Т, ПЗ
Консультация		2							2					
Промежуточная аттестация														Зачет с оценкой
Итого		108	16			24			2				66	

Используемые сокращения:

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

Контроль - контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий для заочной формы обучения

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

Т – тестирование.

ПИЗ – профессионально-исследовательские задания.

К – кейс-стади.

Д – доклад с презентацией.

В процессе обучения применяются следующие интерактивные формы: проблемная лекция, лекция-диалог, работа в малых группах, флеш-семинары.

Темы 1-6 могут быть освоены с применением ЭО и ДОТ с контролем в системе электронного обучения Академии.

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Имидж как социальное явление. ПКс-2.1

Основы имиджелогии. Инструментарий имиджелогии. Структура имиджа и его составляющие. Имидж и реальность. Сущность и психологические особенности создания образа. Сравнительный анализ понятий «имидж» и «образ». Соотношение понятий «симулякр», «представление», «мнение», «стереотип». История зарождения понятия имиджа (нейтральный образ, open-end образ). Проблемы субъективности и объективности образа. Особенности человеческой психики: психологические механизмы восприятия, проекции, сублимации, вытеснения при формировании образа в сознании индивидов. Персонализация и идентификация как важная характеристика при создании образа. Понятие «привыкаемости» к имиджу, его устойчивости, запоминаемости. Специализированные и стихийные силы воздействия на имидж.

Тема 2 Социальный механизм формирования имиджа. ПКс-2.1

Превращение информации в мнение. Сознательная и подсознательная информация. Подсознание как визави сознания. Влияние подсознательной информации на возникновение мнения. Возникновение чувства мнения. Косвенная информация. Принципы технологии формирования имиджа. Факторы, определяющие имидж. Композиционность имиджа. Блокаторы имиджа. Этапы моделей формирования имиджа. Средовой имидж. Принцип формирования средового имиджа. Габитарный имидж. Овеществленный имидж. Вербальный имидж. Влияние паравербальной информации на имидж. Роль вербального имиджа. Кинетический имидж

Тема 3. Индивидуальный имидж. ПКс-2.1

Личностный и профессиональный имидж. Осознанное и неосознанное формирование имиджа. Имиджмейкер и его функции. Имидж и социальный стереотип. Формы и методы создания имиджа персоны. Структура личности: внешние данные, биографические и социодемографические особенности. Составляющие имиджа личности: персональные качества, социальные характеристики, система идеологических взглядов, убеждений, представления личности о самой себе (Я - концепция), стиль принятия решений, стиль межличностных отношений. Принципы и модели самопрезентации. Основы публичных выступлений в контексте самопрезентаций.

Тема 4. Корпоративный имидж. ПКс-2.2

Структура имиджа компании. Визуальный стиль – как внешняя составляющая имиджа компании. Особенности формирования корпоративного имиджа. Значение PR в формировании корпоративного имиджа. Целостность имиджа компании. Корпоративная культура как совокупность разделяемых членами корпорации норм, ценностей компании. Функции и основные элементы корпоративной культуры. Материальные и моральные факторы, способствующие росту имиджа. Уровень сотрудничества в коллективе, вопросы дисциплины. Корпоративный бренд-бук. Персонал как носитель корпоративного имиджа. Корпоративный имидж в интернете. Роль социальных сетей в формировании и развитии корпоративного имиджа.

Тема 5. Имидж в различных сферах деятельности. ПКс-2.2

Формирование имиджа региона. Понятие имиджа и репутации региона. Бренд региона. Структура имиджа региона, цели и задачи построения. Этапы формирования имиджевой кампании. Специфика имиджа дипломатии, политике. Имидж государственных и муниципальных служащих. Имидж в искусстве, культуре и шоу-бизнесе. Имидж компаний-производителей. Имидж в рекламе и PR-деятельности. Имидж в развитии оранжевой экономики. Имидж различных субкультур. Понятия имидж, бренд и репутация организации. Имидж как выразитель организационного поведения.

Тема 6. Модель формирования имиджа современного руководителя. ПКс-2.2

Влияние имиджа руководителя на успех или неуспех деятельности организации. Жизненный цикл имиджа руководителя. Содержательный, аффективный и поведенческий компоненты образа руководителя. Паблик Рилейшнз, как технологический инструмент формирования имиджа руководителя. Составляющие имиджа руководителя: персональные качества, социальные характеристики, система идеологических взглядов, политических убеждений, представление о самом себе (Я-концепция), стиль принятия решений, стиль межличностных отношений. Стереотипы и их роль в восприятии и создании имиджа руководителя (внешние данные, «эффект проецирования», «эффект ореола»). Коммуникативная компетентность – владение формой общения (монологом, диалогом, дискуссией, исповедью). Ситуативные факторы влияющие на манеру общения – эмоциональность, владение языковыми средствами (вербальными и невербальными). Стили коммуникативного поведения в официальной и неформальной обстановке.

4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания

1.1. Оценочные материалы по дисциплине Б1.В.ДВ.09.02 «Имиджология» *входят* в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам образовательной программы составляет фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В). 	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4). 	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из

<p>правильных ответов из нескольких вариантов предложенных</p>		<p>2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа.</p> <p>3. Выбрать несколько правильных ответов.</p> <p>4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).</p>	<p>одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)</p>
<p>Задание закрытого типа на установление последовательности</p>	<p>Прочитайте текст и установите последовательность</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.</p> <p>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).</p>	<p>Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр</p>
<p>Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора</p>	<p>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать один верный ответ.</p> <p>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.</p>	<p>Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа</p>

		5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).	
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2. Продумать логику и полноту ответа. 3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ 	<p>Ответ считается верным:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Отсутствие фактических ошибок. 2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа). 3. Обоснованность ответа (наличие аргументов). 4. Логическая последовательность излагаемого материала.

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционной системы	Для бинарной системы
95-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
85-94			B	P/ Passed
75-84	Хорошо		C	P/ Passed
65-74			D	P/ Passed
55-64			E	P/ Passed
0-54	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
60 баллов	40 баллов	100 баллов	100 баллов

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

5.1. В ходе реализации дисциплины используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам):

Т – тестирование, Д-доклады с презентациями, К-кейсы, ПИЗ – профессионально-исследовательские задания.

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек):

Тема 1. Имидж как социальное явление.

Пример профессионально-исследовательские задания.

- Подготовьте на примере материалов одной газеты иллюстрации формирования и конструирования симулякров, мнений, имиджей, образов.
- Подготовьте на примере публикаций в социальной сети ВКонтакте иллюстрации формирования и конструирования симулякров, мнений, имиджей, образов.

- Сформируйте перечень наиболее удачных имиджей современности и аргументируйте свой выбор.

Тема 2. Социальный механизм формирования имиджа.

Пример профессионально-исследовательские задания.

- Продумайте какие социальные институты оказывают влияние на формирование сознания школьников, студентов, молодежи в целом.
- Определите сферы наибольшего влияния на представления и убеждения молодежи с точки зрения сформированных образов, имиджей.
- Сформируйте перечень устойчивых убеждений поколения Z в отношении собственного имиджа.

Тема 3. Индивидуальный имидж

Пример профессионально-исследовательские задания.

Просмотрите видеозапись передачи с участием известной личности. Затем проанализируйте увиденное по следующим параметрам и составьте таблицу с оценками по каждому параметру. В качестве шкалы оценивания используйте шкалу Лейкерта:

- умение вести диалог – в соответствии с целевой установкой;
- удерживать внимание собеседника;
- оценивать себя и собеседника в процессе общения;
- активно слушать, выражать заинтересованность;
- учитывать личные интересы собеседника;
- контролировать свое поведение.

Тема 4. Корпоративный имидж

Пример профессионально-исследовательские задания.

- Подготовьте материалы, отражающие символичный язык визуальных элементов, представляющих компанию (в электронном виде и на бумажных носителях: web страницы, буклеты, рекламные проспекты, фотографии штендеров, баннеров, визиток работников компании и т.д.). Проведите исследование ассоциативного ряда визуального стиля.
- Проанализируйте методом парных сравнений организации с точки зрения сформированности корпоративного имиджа и его трансляции с помощью сайта: ЦНТИ «Прогресс», бизнес-школа ИМИСП, Мариинский театр, Михайловский театр, Обуховский завод, завод турбинных лопаток, Дом купцов Елисеевых, магазин «Подписные издания», Дворец творчества юных, Капелла, Гуманитарный университет профсоюзов, Санкт-Петербургский государственный университет, ИОЦ «Северная столица», ПМЦ «Развитие», Дом культуры Невского района, ТРЦ Охта, ТРЦ Лондон-молл, магазин Пятерочка, магазин Перекресток.

Тема 5. Имидж в различных сферах деятельности

Пример профессионально-исследовательские задания.

Сформируйте алгоритм формирования и параметрическую модель имиджа молодого руководителя следующих организаций: университет, он-лайн школа, фабрика детских игрушек, мясомолочный комбинат, администрация сельского поселения, администрация района города, многопрофильной городской больницы, частной стоматологической клиники. Приведите примеры из сферы реальной экономики.

Тема 6. Модель формирования имиджа современного руководителя

Пример профессионально-исследовательские задания.

Разработать концепцию собственного имиджа как современного руководителя, учитывая ключевые характеристики и требования сегодняшней бизнес-среды. Проведите самоанализ, определите целевую аудиторию, сформулируйте 3 ключевых сообщения, которые отразят вашу ценность как руководителя и будут транслироваться во всех коммуникациях. (Пример: "Я - лидер, ориентированный на инновации и развитие команды", "Я - эффективный коммуникатор, способный находить решения в сложных ситуациях"), составьте краткий план (3–5 пунктов) конкретных действий, которые вы предпримете в ближайшее время для формирования и поддержания желаемого имиджа. (Пример: пройти курс по развитию лидерских качеств, обновить деловой гардероб, разработать стратегию для социальных сетей).

5.3. Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает не менее 2 (двух) и не более 10 (десяти) КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 100 (сто) баллов.

Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля успеваемости по дисциплине и формулы расчета:

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать студент	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)
КТ - 1	100	0,2	20
КТ - 2	100	0,2	20
КТ- 3	100	0,2	20
Итого:	x	0,6	60

Формула расчета результата контрольной точки:
Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ x Коэффициент веса контрольной точки.

5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

КТ-1

Тема 1.

Кейс-стади.

Кейс "Цена Соответствия"

Описание ситуации: Анна - талантливый программист, но работает в компании, где доминируют мужчины старшего возраста. Она любит яркую одежду, пирсинг и татуировки, что сильно выделяет её на фоне коллег. Сначала она чувствовала себя свободно, но со временем заметила, что её игнорируют при распределении интересных проектов и не приглашают на неформальные встречи команды.

Ей намекали, что её внешний вид "несерьезный" и "не соответствует корпоративной культуре", хотя её профессиональные навыки всегда были на высоте. Анна находится в дилемме: с одной стороны, она ценит свою индивидуальность и не хочет меняться ради чужих ожиданий, с другой - ей важна карьера и признание в профессиональной среде.

Вопросы для анализа:

- Как социальные ожидания влияют на личный имидж Анны?
- Как выбор Анны менять или не менять свой имидж может повлиять на её социальную адаптацию и профессиональный успех?
- Какие социально-психологические механизмы лежат в основе восприятия имиджа Анны её коллегами?

Кейс "Социальный Хамелеон"

Описание ситуации: Давид - начинающий политик, стремящийся завоевать популярность в небольшом провинциальном городе. Он вырос в этом городе и знает его проблемы. Однако, он понимает, что для успеха на выборах ему нужно заручиться поддержкой разных социальных групп: рабочих на заводе, фермеров, интеллигенции и предпринимателей.

Давид сознательно меняет свой имидж в зависимости от аудитории. На встречах с рабочими он подчеркивает свою скромность, простоту и понимание их проблем. Перед фермерами он надевает клетчатую рубашку, говорит о важности сельского хозяйства и местной идентичности. Общаясь с предпринимателями, он одевается в строгий костюм и рассуждает о развитии бизнеса и привлечении инвестиций.

Некоторые жители города начинают замечать противоречивость в его образе и задаются вопросом, насколько он искренен. Распространяются слухи

о его "двойном дне".

Вопросы для анализа:

- Какие стратегии имиджа использует Давид и почему?
- Как восприятие имиджа Давида влияет на его политический капитал?
- Какие этические вопросы возникают в связи с манипулированием имиджем в политике?
- Какие социальные последствия может иметь такой подход к формированию имиджа?

КТ-2

Тема 5.

Доклады с презентациями

1. Формирование имиджа региона.
2. Специфика имиджа в дипломатии, политике.
3. Имидж государственных и муниципальных служащих.
4. Имидж в исполнительском искусстве.
5. Имидж деятелей культуры
6. Специфика имиджа в шоу-бизнесе.
7. Имидж компаний-производителей.
8. Имидж в рекламе и PR-деятельности.
9. Имидж в развитии креативных индустрий.
10. Имидж в молодежной политике.
11. Понятия имидж, бренд и репутация организации.
12. Имидж как выразитель организационного поведения.
13. Имидж компании на рынке труда.
14. Репутация и имидж в сфере помогающих профессий.
15. Имидж и бренд в музейной сфере.
16. Имидж явлений и событий.
17. Коллаборации брендов.
18. Коллабораций искусства и коммерции при разработке имиджа.
19. Рынок услуг имиджмейкеров.
20. Имиджевые технологии на книжном рынке.

КТ-3

Тема 6.

Тестирование.

В1. Имидж – это

а) символический образ субъекта, конструируемый в процессе субъект - объектного взаимодействия.

б) обобщенное художественное отражение действительности, облеченное в форму конкретного, индивидуального явления.

В2. Факторы, влияющие на восприятия имиджа человека по Л. Гольдбергу:

- экстраверсия;
- доброжелательность;
- добросовестность;
- невротизм;

- открытость опыту;
- соответствие трендам;
- осознание собственной значимости.

В3. «Акт самовыражения и поведения, направленный на то, чтобы создать благоприятное впечатление, соответствующее чьим-то идеалам». Это определение

- имиджа;
- симулякра;
- образа;
- Я-концепции;
- самопрезентации;
- идеального Я.

Для каждой формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ определены критерии оценивания результатов выполнения задания.

Критерии оценивания кейс-стади:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
	31-50	<i>Детальное, последовательное решение предложенной проблемы</i>
	16-30	<i>Поверхностное решение без глубокого анализа проблемы</i>
	0-15	<i>Проблема решена неверно или не решена вовсе</i>
<i>Достоверность и актуальность информации</i>	16-20	<i>Представленная информация подтверждена ссылками на источники</i>
	0-15	<i>Представленная информация частично подтверждена ссылками на источники или не подтверждена</i>
<i>Количество выполненных кейсов</i>	30	<i>Количество выполненных кейсов от 85% до 100%</i>
	15	<i>Количество выполненных кейсов от 55% до 84%</i>
	0	<i>Количество выполненных кейсов менее 55%</i>
Итого максимально:	100	

Критерии оценивания докладов с презентациями:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
<i>Содержание и раскрытие выбранной темы</i>	71-100	<i>Доклад раскрывает тему полностью и сопровождается качественной презентацией</i>

	31-70	Доклад частично раскрывает тему и сопровождается качественной презентацией
	0-30	Доклад слабо раскрывает тему и сопровождается презентацией
Итого максимально:	100	

Критерии оценивания тестирования:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
<i>Количество правильных ответов</i>	0	<i>Количество правильных ответов менее 55%</i>
	25	<i>Количество правильных ответов от 55% до 64%</i>
	50	<i>Количество правильных ответов от 65% до 74%</i>
	75	<i>Количество правильных ответов от 75% до 84%</i>
	100	<i>Количество правильных ответов от 85% до 100%</i>
Итого максимально:	100	

5.5. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (*при необходимости*).

Для решения задач открытого типа (кейсов, ПИЗ), тестовых заданий студенту разрешается использование калькулятора; программ для работы с электронными таблицами для обработки, анализа и визуализации данных. Для построения интеллект-карты и моделей в различных нотациях студенту можно использовать любой соответствующий онлайн-инструмент.

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация проводится в форме **зачёта с оценкой**. Промежуточная аттестация реализуется в виде итогового тестирования по всем темам дисциплины. Тест располагается в СДО <https://lms.ranepa.ru> в соответствующем разделе методического обеспечения дисциплины в виде электронного курса, содержит 40 вопросов, на прохождение теста выделяется 45 минут, разрешается только одна попытка. Тест считается успешно пройденным при не менее 50% правильных ответов.

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации.

Перечень вопросов для подготовки к зачету с оценкой

1. Структура имиджа и его составляющие.
2. Соотношение понятий «симулякр», «представление», «мнение», «стереотип».
3. История зарождения понятия имиджа (нейтральный образ, open-end образ).
4. Проблемы субъективности и объективности образа.
5. Принципы технологии формирования имиджа.
6. Факторы, определяющие имидж.
7. Этапы моделей формирования имиджа.
8. Принцип формирования средового имиджа.
9. Влияние паравербальной информации на имидж.
10. Роль вербального имиджа.
11. Кинетический имидж
12. Личностный и профессиональный имидж.
13. Имиджмейкер и его функции.
14. Формы и методы создания имиджа персоны.
15. Структура личности: внешние данные, биографические и социодемографические особенности.
16. Составляющие имиджа личности: персональные качества, социальные характеристики, система идеологических взглядов, убеждений, представления личности о самой себе (Я - концепция), стиль принятия решений, стиль межличностных отношений.
17. Принципы и модели самопрезентации.
18. Основы публичных выступлений в контексте самопрезентаций.
19. Структура имиджа компании.
20. Визуальный стиль – как внешняя составляющая имиджа компании.
21. Особенности формирования корпоративного имиджа.
22. Значение PR в формировании корпоративного имиджа.
23. Функции и основные элементы корпоративной культуры.
24. Материальные и моральные факторы, способствующие росту имиджа.
25. Корпоративный бренд-бук.
26. Персонал как носитель корпоративного имиджа.
27. Корпоративный имидж в интернете.
28. Роль социальных сетей в формировании и развитии корпоративного имиджа.

29. Формирование имиджа региона.
30. Специфика имиджа в дипломатии, политике.
31. Имидж государственных и муниципальных служащих.
32. Имидж в исполнительском искусстве.
33. Имидж деятелей культуры
34. Специфика имиджа в шоу-бизнесе.
35. Имидж компаний-производителей.
36. Имидж в рекламе и PR-деятельности.
37. Имидж в развитии креативных индустрий.
38. Имидж в молодежной политике.
39. Понятия имидж, бренд и репутация организации.
40. Имидж как выразитель организационного поведения.
41. Имидж компании на рынке труда.
42. Репутация и имидж в сфере помогающих профессий.
43. Имидж и бренд в музейной сфере.
44. Имидж явлений и событий.
45. Коллабораций брендов.
46. Коллабораций искусства и коммерции при разработке имиджа.
47. Рынок услуг имиджмейкеров.
48. Имиджевые технологии на книжном рынке.
49. Влияние имиджа руководителя на успех или неуспех деятельности организации.
50. Жизненный цикл имиджа руководителя.

Пример тестовых вопросов для промежуточной аттестации

1. Какой из перечисленных факторов наименее важен при формировании имиджа человека/организации?

- А) Внешний вид и манера поведения
- Б) Коммуникация и взаимодействие с окружающими
- В) Качество предоставляемых товаров/услуг
- Г) Личные предпочтения в выборе хобби

2. Что такое "эффект ореола" в имиджелогии?

- А) Склонность переоценивать положительные качества человека/организации на основе одного благоприятного впечатления.
- Б) Негативное восприятие человека/организации из-за предвзятого отношения к его/ее прошлому.
- В) Стремление человека/организации казаться лучше, чем он/она есть на самом деле.
- Г) Сознательное создание позитивного имиджа с помощью PR-технологий.

3. Какой из этих компонентов не является частью модели формирования имиджа?

- А) Целевая аудитория
- Б) Ключевые сообщения
- В) Визуальный образ
- Г) Финансовый отчет

4. Что такое репутация в контексте имиджелогии?

- А) Сознательно созданный образ человека/организации.
- Б) Мнение, сложившееся у целевой аудитории о человеке/организации на основе опыта взаимодействия и полученной информации.
- В) Набор маркетинговых инструментов для продвижения бренда.
- Г) Список публикаций в СМИ о человеке/организации.

5. Какой из этих каналов коммуникации наиболее эффективен для формирования личного бренда эксперта в определенной области?

- А) Реклама на телевидении
- Б) Публикации в научных журналах и выступления на конференциях
- В) Участие в развлекательных ток-шоу
- Г) Размещение баннеров на улицах города

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации:

ТИП ЗАДАНИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких предложенных	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Что из перечисленного является наиболее точным определением понятия "имидж"? <ul style="list-style-type: none"> А) Объективная оценка качеств человека или организации. Б) Сознательно сформированный образ, направленный на создание определенного впечатления у целевой аудитории. В) Полный перечень деловых качеств и профессиональных навыков. Г) Случайный набор характеристик, не поддающийся контролю. Д) Сумма всех расходов на рекламу и PR.
Задание закрытого типа на установление соответствия	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Установите соответствие между элементами имиджа и аспектами, на которые они влияют. <p>1) Элементы имиджа:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Внешний вид (одежда, прическа, аксессуары)

	<p>утверждения, факты, понятия и т.д.;</p> <p>список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.</p> <p>3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.</p> <p>4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).</p>	<p>2. Манера общения (речь, жесты, мимика)</p> <p>3. Деловая репутация (качество работы, отзывы клиентов/партнеров)</p> <p>4. Цифровой след (активность в социальных сетях, публикации в СМИ)</p> <p>2)Аспекты влияния:</p> <p>А) Восприятие профессионализма и компетентности</p> <p>Б) Формирование первого впечатления и визуальной привлекательности</p> <p>В) Влияние на доверие и долгосрочные отношения</p> <p>Г) Создание онлайн-образа и транслирование ценностей</p>
<p>Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать несколько правильных ответов.</p> <p>4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).</p>	<p>1. Какие из перечисленных ниже утверждений соответствуют целям формирования имиджа организации? (Выберите <i>все</i> подходящие варианты)</p> <p>А) Увеличение узнаваемости бренда</p> <p>Б) Привлечение и удержание талантливых сотрудников</p> <p>В) Максимальное увеличение краткосрочной прибыли любой ценой</p> <p>Г) Формирование лояльности клиентов</p> <p>Д) Создание положительной репутации в обществе</p> <p>Е) Минимизация затрат на маркетинг и PR</p>
<p>Задание закрытого типа на установление последовательности</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.</p> <p>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БАА или 135).</p>	<p>1. Расположите следующие этапы формирования имиджа в правильной последовательности:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Анализ целевой аудитории и ее потребностей 2. Оценка текущего имиджа (самоанализ) 3. Разработка стратегии и ключевых сообщений 4. Реализация стратегии и мониторинг результатов 5. Определение желаемого имиджа 6. Формирование модели имиджа 7. Выбор каналов продвижения имиджа 8. Оценка финансовых вложений 9. Подсчет эффективности вложений

Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа. 5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования). 	<p>1. Какая из перечисленных ниже стратегий наиболее эффективна для улучшения имиджа компании, столкнувшейся с негативной публикацией в СМИ?</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Полное игнорирование публикации в надежде, что она забудется. b) Публикация опровержения, содержащего нападки на журналиста и издание. c) Активное реагирование с признанием проблемы, предоставлением достоверной информации и планом действий по ее решению. d) Публикация серии положительных статей, не связанных с проблемной ситуацией, чтобы отвлечь внимание.
Задание открытого типа с развернутым ответом	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2. Продумать логику и полноту ответа. 3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ 	<p>1. Опишите роль и значение этики в формировании и поддержании позитивного имиджа современного лидера. В своем ответе раскройте, как этическое поведение влияет на восприятие лидера различными заинтересованными сторонами (сотрудниками, клиентами, партнерами, обществом в целом) и какие негативные последствия могут возникнуть в случае игнорирования этических норм. Приведите конкретные примеры из реальной жизни, иллюстрирующие ваше мнение.</p>

6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС.

Критерии и балльная шкала определяются преподавателем

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
<i>Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок</i>	40
<i>Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе</i>	30-39

<i>присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.</i>	
<i>Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.</i>	20-29
<i>Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.</i>	0-19

6.4. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (*при необходимости*).

Для решения задач открытого типа (кейсов, ПКЗ, ПИЗ), тестовых заданий студенту разрешается использование калькулятора; программ для работы с электронными таблицами для обработки, анализа и визуализации данных. Для построения интеллект-карты и моделей в различных нотациях студенту можно использовать любой соответствующий онлайн-инструмент.

7. Методические материалы по освоению дисциплины

Рабочей программой дисциплины предусмотрены следующие виды аудиторных занятий: лекции, практические занятия, а также внеаудиторная самостоятельная работы студентов. На лекциях рассматриваются наиболее сложный материал дисциплины. Лекция сопровождается презентациями, компьютерными текстами лекции, что позволяет студенту самостоятельно работать над повторением и закреплением лекционного материала. Практические занятия предназначены для индивидуальной или групповой работы студентов по решению конкретных задач и выполнению заданий.

Самостоятельная работа студента (СРС) включает:

- индивидуальные консультации с преподавателем в течение семестра, собеседование по текущим практическим заданиям;
- подготовку к семинарам и аттестации, углубленное изучение отдельных тем и вопросов курса;
- выполнение самостоятельных (докладов) заданий;
- подготовку к текущим и промежуточным формам контроля: понятийно-терминологической, тестированию;
- подготовку к итоговой аттестации по дисциплине — зачету.
- проверка и оценивание заданий для самостоятельной работы студентов осуществляется преподавателем на практических занятиях

Рекомендации по работе на лекции.

Слушание и запись лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность обучающегося. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим обучающимся. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть знаниями.

Рекомендации по работе с литературными источниками.

В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающимся необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме. Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем, что позволяет обучающимся проявить свою индивидуальность в рамках выступления на занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

Рекомендации по подготовке доклада.

Подготовка доклада способствует формированию навыков

исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, приучает критически мыслить. При написании доклада по заданной теме составляется план, подбираются основные источники. В процессе работы с источниками систематизируют полученные сведения, делают выводы и обобщения.

Выбрав и утвердив у преподавателя тему доклада и презентации из предложенного перечня, нужно готовиться следующим образом:

- Изучить рекомендованную литературу и иные источники информации
- Самостоятельно подобрать дополнительные материалы по теме доклада
- Продумать структуру доклада: зачин, актуализация темы, основная часть, выводы и рекомендации
- Написать тезисы доклада из расчета времени не более 10 минут
- Продумать макет презентации: выбрать шаблон, подобрать иллюстративный материал
- Сформировать презентацию из 10-15 слайдов, включи туда перечень использованных источников
- Рассказать доклад, используя таймер

8. Интернет

8.1. Основная литература

1. Технология формирования имиджа, PR и рекламы в социальной работе : учебник и практикум для вузов / под редакцией М. В. Воронцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 251 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15152-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/567286> (дата обращения: 30.04.2025).
2. Селентьева, Д. О. Политическая имиджелогия : учебник для вузов / Д. О. Селентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 164 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06386-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561574> (дата обращения: 30.04.2025).
3. Семенова, Л. М. Имиджмейкинг : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 142 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21466-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/572252> (дата обращения: 30.04.2025).
4. Семенова, Л. М. Профессиональный имиджбилдинг на рынке труда : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 243 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11387-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/565656> (дата обращения: 30.04.2025).

8.2. Дополнительная литература

1. Маркова Е. Элементы формирования речевого имиджа (на материале дискурса тэтчеризма) // Власть истории – История власти. 2024. №52. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/elementy-formirovaniya-rechevogo-imidzha-na-materiale-diskursa-tetcherizma> (дата обращения: 26.08.2024).
2. Александрова Людмила Юрьевна, Александрова Ольга Сергеевна ИМИДЖ И ЕГО РОЛЬ В УСИЛЕНИИ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ПРЕДПРИЯТИЯ: ОЦЕНКА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ // Journal of Monetary Economics and Management. 2024. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-i-ego-rol-v-usilenii-konkurentnyh-preimuschestv-predpriyatiya-otsenka-potrebiteley> (дата обращения: 16.09.2025).
3. Бушев А.Б. КОНЦЕПЦИЯ МНОГООСЕВОГО ПОСТРОЕНИЯ ИМИДЖА // Этнопсихоллингвистика. 2023. №2 (13). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsiya-mnogoosevogo-postroeniya-imidzha> (дата обращения: 06.09.2025).

8.3. Нормативные правовые документы

1. Конституция Российской Федерации
2. Трудовой кодекс Российской Федерации
3. Гражданский кодекс Российской Федерации

8.4. Интернет-ресурсы

1. e-Library.ru: Научная электронная библиотека. <http://elibrary.ru/>
2. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». <http://cyberleninka.ru/>
3. Информационно-библиотечное управление СЗИУ РАНХиГС http://www.nwapa.spb.ru/index.php?page_id=76
4. [Scopus preview](https://www.scopus.com/home.uri) - единая библиографическая и реферативная база данных рецензируемой научной литературы. <https://www.scopus.com/home.uri>
5. Правовая система «КонсультантПлюс»– Режим доступа: <http://www.consultantr.ru>

8.5. Иные источники

Обучающимся обеспечен доступ к материалам курса в СДО Академии <http://lms.ranepa.ru>, а также через сайт научной библиотеки к следующим подписным электронным ресурсам:

- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Айбукс»

- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Юрайт»
- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Лань»
- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «ZNANIUM.COM»
- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «BOOK.RU»
- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «IPR SMART»

9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

№ п/п	Наименование
1.	Специализированные залы для проведения лекций, оснащенные персональным компьютером/ноутбуком и мультимедийным проектором
2.	Аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами и персональными компьютерами с выходом в Интернет для проведения практических занятий
3.	«МТС Линк» — российская платформа для онлайн-коммуникаций и совместной работы команд ; «Яндекс Телемост» — сервис для видеоконференций от Яндекса; Я-мессенджер
4.	Технические средства обучения: персональные компьютеры; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов в форматах AVI, MPEG-4, DivX, RMVB, WMV; программы для работы с электронными таблицами для обработки, анализа и визуализации данных; соответствующие онлайн-инструменты для построения интеллект-карты и моделей в различных нотациях
5.	Научная библиотека (в т.ч. электронные информационные ресурсы научной библиотеки)
6.	СДО Академии https://lms.ranepa.ru/