

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.1.1 ИМИДЖЕЛОГИЯ РЕГИОНА

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

Автор: Ю. А. Дроздова, к социол.н., доцент

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.03.04 Государственное и муниципальное управление, профиль «Региональное управление»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию в области регионального управления и трудовых функций, связанных с организацией работы в рамках деятельности государственных и муниципальных органов на основе принципов эффективности. В процессе освоения ПК-22 происходит формирование профессионального мышления студента, влияющего на его дальнейший профессиональный рост. На ПК-22 основывается понятие эффективности государственного и муниципального управления.

Знание методов оценки планируемых результатов, затрачиваемых ресурсов в рамках достижения поставленной цели государства или организации могут рассматриваться как основание для принятия взвешенных управленческих решений.

План курса:

3. Содержание и структура дисциплины (модуля)

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.					Р	Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий			Р		
			Р	З	СР			
Очная форма обучения								
4 семестр								
Тема 1	Имидж как предмет междисциплинарного дискурса	4	2		2		8	О, Р, Т
Тема 2	Регион как объект социологического исследования	14	4		2			О,Р,Т
Тема 3	Имидж территории: понятие, структура, типология	4	2		2		8	О,КР, Т
Тема 4	Ретроспективный анализ имиджа российских регионов	12	2		2		8	О,КР, Т
Тема 5	Развитие медиасреды в России: региональные аспекты	14	4		2		8	О,КР, Т
Тема 6	Имидж российских регионов в дискурсе СМИ	12	2		2		4	О,КР, Т
Тема 7	Коммуникативная модель	12	4		4	2		О, КР, Т

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.					Р	Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий			Р		
			Р	З	СР			
	имиджа региона в стратегическом управлении							
	Промежуточная аттестация							зачет
	Всего:	72	20		16	2	36	2 ЗЕТ
Заочная форма обучения								
3 семестр								
Тема 1	Имидж территории: понятие, структура, типология	34	2		2	2	30	О, Р, Т
Тема 2	Коммуникативная модель имиджа региона в стратегическом управлении	38	2		4	2	28	О,Р,Т
	Промежуточная аттестация							зачёт
	Всего:	72	4		6	4	58	2 ЗЕТ

Содержание дисциплины (модуля)

Лекция 1. Имидж как предмет междисциплинарного дискурса

Объект и предмет имиджологии. Имидж. Определение понятия «имидж». Принципы и законы формирования имиджа. Имидж/образ: сходство и различия. Цели, задачи и функции имиджа. Имидж региона в системе государственного и муниципального управления

Лекция 2. Регион как объект социологического исследования

Регион как объект социологического исследования. Подходы Э. Дюркгейма и Г. Зиммеля, А. Шютца, А. Филиппова в понимании пространства. Социология «соседства». Социально-территориальная общность как социальный субъект и объект управления. Роль управленца в конструировании социального пространства региона. Типология регионов. Конфликты в региональном управлении.

Лекция 3. Имидж территории: понятие, структура, типология

Концептуальная основа разработки проблемы регионального интереса. Специфика имиджа территории. Региональные и территориальные движения. Динамика формирования имиджа территории.. Комплексность как закономерность развития региона. Патологии регионального развития. Актуальность регионального имиджирования в инновационной стратегии.

Лекция 4. Ретроспективный анализ имиджа российских регионов

Исторические основы имиджирования российских территорий. Правовые, политические, социально-экономические факторы и их влияние на имидж регионов: исторический анализ. Имидж как коммуникация. Внешняя и внутренняя составляющая имиджа региона. Символы территории.

Лекция 5. Развитие медиасреды в России: региональные аспекты

Медиасреда и её роль в информационном обществе. Позиционирование, возвышение имиджа региона в СМИ, снижение имиджа (антиреклама), отстройка от конкурентов, контрреклама. Целевая аудитория современных СМИ. Привлечение и удержание внимания аудитории. Формирование установки на доверие/недоверие. Использование особенностей

социальных групп. Использование общих особенностей восприятия в медиасреде. Медиавирус «Имиджа региона»

Лекция 6. Имидж российских регионов в дискурсе СМИ

СМИ как инструмент и канал формирования имиджа территории. Дискурс СМИ. Проблема формирования имиджа региона в региональных и федеральных печатных /электронных СМИ. Имидж региональных властей в системе социального влияния как способ преодоления социального диссонанса. Модели взаимоотношений в коммуникации «ВЛАСТЬ – СМИ – НАСЕЛЕНИЕ». Проблема кодирования /декодирования как основа доверия /недоверия к СМИ целевых аудиторий.

Лекция 7. Коммуникативная модель имиджа региона в стратегическом управлении

Технология формирования и продвижения имиджа региона. Репутация /бренд, имидж: модели формирования и продвижения. Роль власти и СМИ в формировании имиджа региона. Качественные, количественные методы в исследовании имиджа: контент-анализ, наблюдение, опрос, интервью на этапах реализации коммуникативной модели имиджа региона.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

2 этап освоения ПК – 22 предполагает планирование деятельности организаций и подразделений, формирование организационной и управленческой структуры в органах государственной власти и местного самоуправления.

Формируются знания:

о научных подходах в исследовании имиджа региона;

– о структуре имиджа, его составляющих, типологии имиджа региона, функциях имиджа региона;

– о сравнительных характеристиках имиджа, бренда, репутации;

– умения:

– разработки имиджевых региональных стратегий;

– организации мероприятий, формирующих имидж региона;

– проведения контент-анализа СМИ, формирующих имидж региона;

– разработки бренд-атласа;

– разработки концепции видеоролика, отражающего имидж региона;

– проведения презентации видеоматериалов, отражающих имидж региона

– навыки:

– исследования имиджа региона

– применения коммуникативные технологий формирования и продвижения имиджа региона;

– анализа социологической информации;

– письменного аргументированного изложения собственной точки зрения и концепции имиджирования территории.

Основная литература:

1. Дроздова Ю.А. Региональная идентичность: управление процессом конструирования: монография. – Волгоград, 2011

2. Ушакова Н.В., Стрижова А.Ф. Имиджелогия: учеб. пособие. 3-е изд., испр. – М.: Дашков и К, 2017. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57073>.— ЭБС «IPRbooks».