

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич  
Должность: врио ректора  
Дата подписания: 19.09.2022 12:50:15  
Уникальный программный ключ:  
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

Министерство образования и науки Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»

Утверждаю:  
Руководитель ООП:  
Лапушинская Г.К.  
«31» августа 2022 г.



Рабочая программа дисциплины (с аннотацией)  
Имидж территории в электронных СМИ

Направление подготовки  
38.04.01 Экономика

Профиль

Управление социально-экономическим развитием территорий

Для магистров 2 курса очной формы обучения

Составитель: д.ф.н, доцент О.Н. Морозова

Тверь, 2022

## **I. Аннотация**

### **1. Цель и задачи дисциплины**

Целью освоения дисциплины «Имидж территории в электронных СМИ» является: развитие у магистрантов компетенций по формированию в процессе управления общественными отношениями имиджа региона в электронных средствах массовой информации.

Задачами освоения дисциплины являются:

- ознакомление студентов с основными приемами и методами формирования имиджа территории;
- формирование у студентов навыков работы с публикациями в СМИ;
- рассмотрение особенностей аудитории различных СМИ и необходимости их учета при формировании имиджа территории;
- изучение роль электронных СМИ в формировании имиджа территории и возможностей их использования в деятельности органов власти.

### **2. Место дисциплины в структуре ООП**

Дисциплина относится к факультативной части учебного плана по направлению подготовки 38.04.01 Управление социально-экономическим развитием территории.

Для успешного освоения учебной дисциплины в качестве входных знаний магистр должен обладать знаниями в области коммуникативных наук, полученными при изучении программ бакалавриата или специалитета. Знания, полученные при изучении данной дисциплины, могут быть использованы в период прохождения практики и подготовки магистерской выпускной квалификационной работы.

**3. Объем дисциплины:** 4 зачетных единицы, 144 академических часа, в том числе:

**Для очной формы обучения:**

**контактная аудиторная работа:** лекции 22 часа, практические занятия 22 часа,

**контроль:** 27 часов,

**самостоятельная работа:** 73 часа.

**4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
---	---

<i>Указывается код и наименование компетенции</i>	<i>Приводятся индикаторы достижения компетенции в соответствии с учебным планом</i>
<p>УК-1 – Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий</p>	<p>УК-1.2 Определяет пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, и проектирует процессы по их устранению</p>
	<p>УК-1.3 Критически оценивает надежность источников информации, работает с противоречивой информацией из разных источников</p>
<p>ПК-2 - Способен реализовать консультационный проект по проблемам управления для совершенствования деятельности публично-правового образования и/или организации</p>	<p>ПК-2.1 Анализирует возможности проведения консультационного проекта на основе доступности достоверной информации об исследуемом объекте, выбирает и апробирует формы ее получения</p>
	<p>ПК-2.2 Анализирует правовые, ресурсные, информационные, коммуникативные ограничения на возможности изменений исследуемого объекта</p>
	<p>ПК-2.4 Формулирует рекомендации по допустимым альтернативам развития или совершенствования исследуемого объекта/сферы/комплекса</p>

**5. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения:**

**По очной форме обучения:** зачет, 4 семестр

**6. Язык преподавания русский.**

**II. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

**Для очной формы обучения**

Учебная программа – наименование разделов и тем	Всего (час.)	Контактная работа (час.)				Самостоятельная работа, в том числе Контроль (час.)	
		Лекции		Практические занятия			Контроль самостоятельной работы (в том числе курсовая работа)
		всего	в т.ч. практическая подготовка	всего	в т.ч. практическая подготовка		
Тема 1. Понятие «имидж» в современной теории коммуникации.	21	3		3		4	11
Тема 2. Имидж территории. Понятие и основные характеристики.	21	3		3		4	11
Тема 3. Имидж территории, основные теоретические подходы.	17	3		2		2	10
Тема 4. Этапы и факторы формирования регионального имиджа. Типологии регионов.	22	4		4		3	11
Тема 5. Электронные СМИ: история возникновения и развития. Электронные СМИ и их классификация.	30	5		4		6	15
Тема 6. Принципы взаимодействия со СМИ. Работа пресс-службы.	33	4		6		8	15
<b>ИТОГО</b>	<b>144</b>	<b>22</b>		<b>22</b>		<b>27</b>	<b>73</b>

**III. Образовательные технологии**

Учебная программа – наименование разделов и тем (в строгом соответствии с разделом II РПД)	Вид занятия	Образовательные технологии
Тема 1. Понятие «имидж» в современной теории коммуникации.	Лекция	Дистанционные образовательные технологии Проблемная лекция
	Практическое занятие	Дистанционные образовательные технологии Дискуссионные технологии
Тема 2. Имидж территории. Понятие и основные характеристики.	Лекция	Дистанционные образовательные технологии Традиционная лекция
	Практическое занятие	Игровые технологии Дискуссионные технологии
Тема 3. Имидж территории, основные теоретические подходы.	Лекция	Дистанционные образовательные технологии Традиционная лекция
	Практическое занятие	Информационные технологии Технологии развития критического мышления
Тема 4. Этапы и факторы формирования регионального имиджа. Типологии регионов.	Лекция	Дистанционные образовательные технологии Традиционная лекция
	Практическое занятие	Дистанционные образовательные технологии Технологии развития критического мышления
Тема 5. Электронные СМИ: история возникновения и развития. Электронные СМИ и их классификация.	Лекция	Дистанционные образовательные технологии Традиционная лекция
	Практическое занятие	Информационные технологии Дистанционные образовательные технологии
Тема 6. Принципы взаимодействия со СМИ. Работа пресс-службы.	Лекция	Дистанционные образовательные технологии Проблемная лекция
	Практическое занятие	Дискуссионные технологии

#### **IV. Оценочные материалы для проведения текущей и промежуточной аттестации**

##### **Оценочные материалы для проведения текущей аттестации**

**Типовые контрольные задания для проверки уровня сформированности компетенции УК-1 – Способен осуществлять критический анализ**

**проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий**

**Индикатор УК-1.2** Определяет пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, и проектирует процессы по их устранению

Задание: Подготовьте выступление по одной из предложенных тем (не более 7-10 минут).

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 баллов	Магистрант способен самостоятельно осуществить поиск материала по предложенной теме, обобщить и критически оценить результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями. Делает обоснованные выводы относительно полученных результатов. Выступление соответствует всем требованиям к публичному выступлению (по структуре и содержанию)
4 балла	Магистрант способен самостоятельно осуществить поиск материала по предложенной теме, обобщить и критически оценить результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями. Имеет небольшие затруднения с обоснованием выводов. Выступление в целом соответствует требованиям к публичному выступлению (по структуре и содержанию)
2 балла	Магистрант способен при подсказке осуществить поиск материала по предложенной теме. Имеет затруднения с обоснованием выводов. Выступление слабо структурировано.
0 баллов	Задание не выполнено

**Индикатор УК-1.3** Критически оценивает надежность источников информации, работает с противоречивой информацией из разных источников

Задание.

К каждой типологии электронных СМИ подберите несколько примеров (используйте примеры электронных СМИ Твери и Тверской области):

- 1) онлайн-версии традиционных СМИ и собственно сетевые СМИ
- 2) «клоны» и «гибриды»
- 3) профессиональные и любительские
- 4) информационные и аналитические

- 5) качественные (элитарные) и массовые (популярные)
- 6) регулярно обновляемые и нерегулярно обновляемые (или обновляемые по мере поступления информации)
- 7) контентосоздающие и контентопотребляющие

Шкала оценивания	Критерии оценивания
0,5 балла	Правильный ответ (предлагаемый вариант верно соотнесен с типом электронного средства массовой информации)
0 баллов	Неправильный ответ или нет ответа

**Типовые контрольные задания для проверки уровня сформированности компетенции ПК-2 - Способен реализовать консультационный проект по проблемам управления для совершенствования деятельности публично-правового образования и/или организации**

**Индикатор ПК-2.1** Анализирует возможности проведения консультационного проекта на основе доступности достоверной информации об исследуемом объекте, выбирает и апробирует формы ее получения

Задание.

Работа в малых группах.

Проанализируйте структуру имиджа Тверской области (выявите имиджевые характеристики, определите используемые способы трансляции). Магистранты выступают с подготовленными докладами и презентациями.

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 баллов	Магистрантами продемонстрирована способность работать в составе команды, вести диалог друг с другом для решения поставленной задачи. В ходе обсуждения было продемонстрировано знание содержательной структуры имиджа, были выявлены имиджевые характеристики и проанализированы преимущества различных способов их трансляции.
4 балла	Магистрантами в целом продемонстрирована способность работать в составе команды, вести диалог друг с другом для решения поставленной задачи.

	В ходе обсуждения были выявлены почти все имиджевые характеристики и определены способы их трансляции.
2 балла	Магистранты, работая в команде, не могут эффективно организовать её работу, вести диалог, принимать решения. Демонстрируется в целом знание содержательной структуры имиджа, есть затруднения в выделении как имиджевых характеристик, так и путей их трансляции .
0 баллов	Магистранты, работая в команде, не могут эффективно организовать её работу, задание не выполнено (имиджевые характеристики не выделены, способы трансляции не определены).

**Индикатор ПК-2.2** Анализирует правовые, ресурсные, информационные, коммуникативные ограничения на возможности изменений исследуемого объекта

Задание.

Выявите преимущества электронных средств массовой информации в сравнении с традиционными СМИ (печатными изданиями, телевидением, радио). Обоснуйте свое мнение.

Шкала оценивания	Критерии оценивания
4 балла	Задание выполнено в полном объеме. Магистрант выделил наиболее значимые особенности электронных СМИ, выявил преимущества и недостатки традиционных СМИ. Магистрант способен самостоятельно осуществить поиск материала по предложенной теме, делает обоснованные выводы.
2 балла	Магистрант выявил некоторые преимущества электронных СМИ по сравнению с традиционными. Ответ в целом аргументирован, имеются затруднения с обоснованием выводов.
1 балл	Магистрант затрудняется с выделением преимуществ электронных средств массовой информации, не всегда может обосновать свои выводы.
0 баллов	Задание не выполнено (не названы преимущества электронных СМИ) или нет ответа.

**Индикатор ПК-2.4** Формулирует рекомендации по допустимым альтернативам развития или совершенствования исследуемого объекта/сферы/комплекса

Задание.

Проанализируйте контент на официальных каналах (сайте, портале, в социальных сетях) органа власти, занимающегося формированием имиджа территории (области, края, города). Ответьте на следующие вопросы:



- 1) Какие имиджевые характеристики транслируются?
- 2) Какие способы трансляции (визуальный, текстовый, событийный) используются чаще всего и почему? Обоснуйте свое мнение
- 3) Соответствуют ли используемые способы трансляции специфике используемого канала?

По результатам анализа сформулируйте предложения по совершенствованию процесса трансляции имиджевой информации.

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 баллов	Магистрант выполнил задание в полном объеме (названы имиджевые характеристики, определены способы трансляции, сформулированы предложения по совершенствованию процесса передачи имиджевой информации), выводы хорошо аргументированы.
3 балла	Магистрант выполнил задание не в полном объеме (названы некоторые имиджевые характеристики, определены способы трансляции), имеются затруднения с обоснованием выводов и формулировкой предложений.
0 баллов	Задание не выполнено.

### **Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации**

**Типовые контрольные задания для проверки уровня сформированности компетенции УК-1 – Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий**

**Индикатор УК-1.2** Определяет пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, и проектирует процессы по их устранению

Задание.

Вставьте слово, которое, по Вашему мнению, является правильным ответом.

а) Специфический обмен информацией, в результате которого происходит процесс передачи информации интеллектуального и эмоционального содержания от отправителя к получателю, называется .....

б) Периодические издания, выходящие под постоянным названием на протяжении года, в которых информация представлена в форме электронных (цифровых) данных, называются ..... СМИ.

Шкала оценивания	Критерии оценивания
1 балл	Правильный ответ
0 баллов	Неправильный ответ

**Индикатор УК-1.3** Критически оценивает надежность источников информации, работает с противоречивой информацией из разных источников

**Задание.**

Выберите соответствующие критерию классификации электронных СМИ:

По методу работы с информацией	а) новостные и развлекательные; б) популярные и непопулярные; в) контентосоздающие (публикующие эксклюзивные новости) и контентопотребляющие («агрегаторы новостей»)
--------------------------------	--

Ответ: \_\_\_\_\_

Шкала оценивания	Критерии оценивания
1 балл	Правильный ответ
0 баллов	Неправильный ответ

**Типовые контрольные задания для проверки уровня сформированности компетенции ПК-2 - Способен реализовать консультационный проект по проблемам управления для совершенствования деятельности публично-правового образования и/или организации**

**Индикатор ПК-2.1** Анализирует возможности проведения консультационного проекта на основе доступности достоверной информации об исследуемом объекте, выбирает и апробирует формы ее получения

**Задание.**

Заполните таблицу, используя приведенные определения.

Имидж территории	Мониторинг СМИ

- а) процесс руководства и слежения за ходом пресс-конференции;
- б) совокупность значений различных рейтингов территорий в политических, экономических и социальных отношениях;

в) сумма убеждений, представлений и впечатлений людей в отношении территории;

г) своевременное и регулярное отслеживание материалов с выборкой информации по теме.

Шкала оценивания	Критерии оценивания
2 балла	Таблица заполнена верно
0 баллов	Таблица заполнена неверно или нет ответа

**Индикатор ПК-2.2** Анализирует правовые, ресурсные, информационные, коммуникативные ограничения на возможности изменений исследуемого объекта

Задание.

1) Выберите соответствующие критерию классификации имиджа:

С точки зрения целенаправленности PR-деятельности	а) естественный (стихийный) и искусственный б) внутренний и внешний в) позитивный и негативный
---	--

Ответ: \_\_\_\_\_

2) Пронумеруйте этапы в соответствии с последовательностью их выполнения при разработке программы продвижения имиджа территории:

1. оценка эффективности программы
2. выбор технологий и инструментов
3. разработка программы
4. определение целевых аудиторий
5. выбор целей и задач

Ответ: \_\_\_\_\_

**Индикатор ПК-2.4** Формулирует рекомендации по допустимым альтернативам развития или совершенствования исследуемого объекта/сферы/комплекса

Задание.

1) Из предложенных вариантов ответа выберите правильный.

Важный элемент модели PR, благодаря которому становятся доступными сведения о реакции целевой аудитории?

- а) обратная связь
- б) PR-обращение
- в) каналы передачи информации

2) Выберите соответствующие понятию характеристики:

Способы трансляции имиджевых характеристик	<ul style="list-style-type: none"> <li>а) визуальный;</li> <li>б) эмоциональный;</li> <li>в) событийный;</li> <li>г) текстовый;</li> <li>д) рациональный.</li> </ul>
--	--

Ответ: \_\_\_\_\_

Шкала оценивания	Критерии оценивания
1 балл	Правильный ответ
0 баллов	Неправильный ответ

Трансформация баллов в оценку:

Более 51% баллов - оценка «зачтено».

Менее 50% баллов – «не зачтено».

## **V. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

а) Основная литература:

1. Гостенина, В. И. Социология массовой коммуникации : учебник / В.И. Гостенина, А.Г. Киселев. - 2-е изд., перераб. - Москва : Альфа-М : ИНФРА-М, 2018. - 336 с. – Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/913327> (дата обращения: 31.03.2021).
2. Иванов, В. Г. «Charts power» - «рейтинговая сила» как инструмент мягкой силы и экономическое оружие: технологии использования и стратегии противодействия: монография / В.Г. Иванов. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 188 с. (Научная мысль). – Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/543633> (дата обращения: 31.03.2021).
3. Карпова, С. В. Система маркетинговых инструментов и механизмов их реализации в планировании территориального развития : монография / С.В. Карпова, Б.С. Касаев, Д.В. Климов. — М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2018. — 216 с. — (Научная книга). – Текст : электронный. -

URL: <https://znanium.com/catalog/product/959881> (дата обращения: 31.03.2021).

б) Дополнительная литература:

4. Мандель, Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации : учеб. пособие / Б. Р. Мандель. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. — 238 с. — Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1058125> (дата обращения: 31.03.2021).
5. Пономарева, А. М. Коммуникационный маркетинг: креативные средства и инструменты: учеб. пособие / Пономарева А.М. – Москва : ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 247 с. – (Высшее образование: Магистратура). – Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/935545> (дата обращения: 31.03.2021).
6. Рева, В. Е. Управление репутацией : учеб. пособие / В. Е. Рева. - 2-е изд., стер. - Москва : Дашков и К, 2020. - 136 с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1232771> (дата обращения: 31.03.2021).
7. Сачук, Т. В. Территориальный маркетинг: теория и практика : учебник / Т.В. Сачук. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 583 с. — (Высшее образование). - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1031499> (дата обращения: 31.03.2021).

2) Программное обеспечение

а) Лицензионное программное обеспечение

**Студенческий пер., д. 12, корпус «Б», аудитория 338**

Список ПО:	Условия предоставления
Adobe Reader XI (11.0.13) - Russian	Бесплатно
Google Chrome	Бесплатно
Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows	Акт на передачу прав №969 18.10.2018 г.
Microsoft office professional 2016	Акт приема передачи №689 от 05.07.2019 г.
OpenOffice 4.1.1	Бесплатно
Qt 5.6.0	Бесплатно
WinDjView 2.0.2	Бесплатно
ИКТС 1.21	Бесплатно
Microsoft Windows 10 Enterprise	Акт приема передачи №689 от 05.07.2019 г.

## Студенческий пер., д. 12, корпус «Б», аудитория 245

Список ПО:	Условия предоставления
1С:Предприятие 8 (8.3.7.1873)	Акт приема-передачи №Тр034562 от 15.12.2009 г.
Adobe Reader XI (11.0.13) - Russian	Бесплатно
Dropbox	Бесплатно
Google Chrome	Бесплатно
Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows	Акт на передачу прав №969 18.10.2018 г.
Microsoft Office профессиональный плюс 2013	Акт приема передачи №689 от 05.07.2019 г.
WinDjView 2.0.2	Бесплатно
СПС ГАРАНТ аэро	Договор №5/2018 от 31.01.2018 г.
ИКТС 1.21	Бесплатно
Microsoft Windows 10 Enterprise	Акт приема передачи №689 от 05.07.2019 г.

### б) Свободно распространяемое программное обеспечение

- Adobe Reader XI
- Debut Video Capture
- 7-Zip
- iTALC
- Google Chrome
- и др.

### 3) Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

*(Доступ с компьютеров сети ТвГУ)*

1. ЭБС «ZNANIUM.COM» [www.znanium.com](http://www.znanium.com);
2. ЭБС «ЮРАЙТ» [www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru);
3. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <https://biblioclub.ru/> ;
4. ЭБС IPRbooks <http://www.iprbookshop.ru/>;
5. ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com>;
6. ЭБС BOOK.ru <https://www.book.ru/>
7. ЭБС ТвГУ <http://megapro.tversu.ru/megapro/Web>
8. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (подписка на журналы) [https://elibrary.ru/projects/subscription/rus\\_titles\\_open.asp?](https://elibrary.ru/projects/subscription/rus_titles_open.asp?) ;
9. Репозиторий ТвГУ <http://eprints.tversu.ru>,
10. Wiley Online Library <https://onlinelibrary.wiley.com/>
11. Журналы American Institute of Physics (AIP) <http://aip.scitation.org/> ;
12. Журналы American Chemical Society (ACS) <https://www.acs.org/content/acs/en.html>;
13. Журналы American Physical Society (APS) <https://journals.aps.org/about>

14. Журналы издательства Taylor&Francis <http://tandfonline.com/> ;
15. Патентная база компании QUESTEL- ORBIT <https://www.orbit.com/> ;
16. БД Scopus <https://www.scopus.com/search/form.uri?display=basic>
17. БД Web of Science  
[http://apps.webofknowledge.com/WOS\\_GeneralSearch\\_input.do?product=WOS&search\\_mode=GeneralSearch&SID=F51xbbgjnOdTHHnpOs&preferencesSaved=](http://apps.webofknowledge.com/WOS_GeneralSearch_input.do?product=WOS&search_mode=GeneralSearch&SID=F51xbbgjnOdTHHnpOs&preferencesSaved=)
18. Электронная коллекция книг Оксфордского Российского фонда  
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/tverstate/home.action>
19. Ресурсы издательства Springer Nature <http://link.springer.com/> ;
20. Архивы журналов издательства Oxford University Press  
<http://archive.neicon.ru/xmlui/> ,
21. Архивы журналов издательства Sage Publication  
<http://archive.neicon.ru/xmlui/> ,
22. Архивы журналов издательства The Institute of Physics  
<http://archive.neicon.ru/xmlui/>,
23. Архивы журналов издательства Nature <http://archive.neicon.ru/xmlui/>,
24. Архивы журналов издательства Annual Reviews  
<http://archive.neicon.ru/xmlui/> .
25. Polpred.com Обзор СМИ <http://www.polpred.com/>
26. СПС КонсультантПлюс (в сети ТвГУ);
27. ИПС «Законодательство России» <http://pravo.fso.gov.ru/ips.html>
28. Сводные каталоги фондов российских библиотек АРБИКОН, МАРС  
<http://arbicon.ru/>; КОРБИС <http://corbis.tverlib.ru/catalog/> , АС РСК по НТЛ  
[http://library.gpntb.ru/cgi/irbis64r/62/cgiir-bis\\_64.exe?C21COM=F&I21DBN=RSK&P21,DBN=RSK&S21FMT=&S21ALL=&Z21ID=](http://library.gpntb.ru/cgi/irbis64r/62/cgiir-bis_64.exe?C21COM=F&I21DBN=RSK&P21,DBN=RSK&S21FMT=&S21ALL=&Z21ID=); ЭКБСОН <http://www.vlibrary.ru>

4) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. База данных «Электронные журналы издательства Taylor & Francis (более 1000 наименований)» - Доступ открыт к полным текстам журналов текущего года и всем полным текстам архивных номеров.  
<https://www.tandfonline.com/>

2. База статистических данных «Регионы России» Росстата -  
[http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc\\_1138623506156](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1138623506156)

3. База данных Всемирного Банка - <https://datacatalog.worldbank.org/>

4. База данных Research Papers in Economics (самая большая в мире коллекция электронных научных публикаций по экономике включает библиографические описания публикаций, статей, книг и других информационных ресурсов) - <https://edirc.repec.org/data/derasru.html>

5. Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» - <http://ecsocman.hse.ru>

6. База данных «Библиотека управления» - Корпоративный менеджмент - <https://www.cfin.ru/rubricator.shtml>

7. База данных Минэкономразвития РФ «Информационные системы Министерства в сети Интернет» - <http://economy.gov.ru/minec/about/systems/infosystems/>

8. Государственная система правовой информации – официальный интернет-портал правовой информации <http://pravo.gov.ru/>

9. Единый архив экономических и социологических данных [http://sophist.hse.ru/data\\_access.shtml](http://sophist.hse.ru/data_access.shtml)

10. Университетская информационная система РОССИЯ <https://uisrussia.msu.ru/>

11. <http://gramota.ru/> - Портал Грамота.Ру является одним из наиболее авторитетных источников информации. Законодательство о РЯ. Проверка грамотности on-line. Правописание и культура речи. Подборка ссылок на словари и др. ресурсы по русскому языку. Бесплатная справочная служба русского языка.

12. <http://www.slovari.ru> - Сайт Института русского языка им. В.В. Виноградова РАН и издательства «Азбуковник». Постоянно действует бесплатная справочная служба.

## **VI. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины**

### ***1. Примерные вопросы для подготовки к зачету***

2. Понятие «имидж» в современной теории коммуникации.
3. Функции и типология имиджа.
4. Имидж территории, основные теоретические подходы: социологический подход.
5. Имидж территории, основные теоретические подходы: брендинговый подход.
6. Имидж территории, основные теоретические подходы: эмпирический подход.
7. Имидж территории, основные теоретические подходы: территориально-географический подход.
8. Этапы и факторы формирования регионального имиджа.
9. Группы региональной общественности. Типология групп региональной общественности.
10. Формирование имиджа региона для туристов.
11. Основные инструменты и технологии территориального имиджмейкинга.
12. Организация специальных мероприятий в территориальном PR.



13. Электронные СМИ: история возникновения и современные тенденции развития.
14. Классификация электронных СМИ.
15. Принципы взаимодействия со СМИ.
16. Понятие PR, цели и задачи пиар-службы.
17. Работа пиар-служб по продвижению имиджа территории.

## ***2. Примерные темы рефератов***

1. Территориальный имиджмейкинг как инструмент управления развитием территории.
2. Особенности и критерии выбора привлекательных для территории сегментов.
3. Механизмы формирования имиджа и репутации территории.
4. Особенности формирования программ продвижения территории.
5. Средства PR как инструмент продвижения территории.
6. Системный подход к формированию позитивного имиджа территории
7. Структура имиджа. Структурный подход к формированию имиджа.
8. Роль стереотипов в создании и восприятии имиджа.
9. Роль аудитории в формировании (управлении) имиджа.
10. Имидж города (региона): определение необходимых элементов, закономерности их взаимодействия, соотношение стихийного и рационально-формируемого имиджей.
11. Социокультурные составляющие имиджа современного российского города (архитектура, история, символика, реклама, организация пространства, экология и т.п.).
12. Сайт как средство формирования (управления) имиджа.
13. Мониторинг сформированного имиджа. Пути и средства корректировки имиджа.

### *Методические указания к выполнению реферативных работ:*

Цель реферативной работы: Подготовка к освоению материала по теме реферативной работы

Задачи реферативной работы:

- ознакомиться с мнениями и разнообразием представления материала по изучаемой теме;
- отметить единства и разночтения мнений по изучаемым проблемам;
- выявить взаимосвязи между изучаемым и изученным материалом;
- подготовить (выбрать основное содержание и логически упорядочить) материал для изучения темы и последующего самостоятельного повторения.

Требования к выполнению и оформлению письменных работ:

объем – не более 5 страниц;

список литературы и ссылки с указанием страниц – обязательны.

### **3. Планы практических (семинарских) занятий**

Тема 1. Понятие «имидж» в современной теории коммуникации.

Задания.

- Обсудите разные подходы к определению понятия «имидж».
- Проанализируйте структуру имиджа известного общественного деятеля или крупной компании.
- Какие типологии имиджа вы знаете?

Тема 2. Имидж территории. Понятие и основные характеристики.

Задания.

- Перечислите основные характеристики имиджа территории (региона, области, города).
- Проанализируйте имидж Тверской области (студенты выступают с заранее подготовленными докладами и презентациями)

Тема 3. Имидж территории, основные теоретические подходы.

Вопросы для обсуждения.

- В чем специфика эмпирического подхода к имиджу территории?
- Проанализируйте особенности территориально-географического и социологического подходов.
- Объясните суть брендингового подхода к пониманию имиджа территории.

Тема 4. Этапы и факторы формирования регионального имиджа. Типология регионов.

Вопросы для обсуждения.

- Какие факторы влияют на формирование регионального имиджа? (рассмотрите на примере Тверской области)
- Проанализируйте этапы формирования имиджа территории. Какой представляется вам самым важным?

Тема 5. Электронные СМИ: история возникновения и развития. Электронные СМИ и их классификация.

Вопросы для обсуждения.

- Тенденции развития новых медиаканалов и их роль в современном мире.
- Влияют ли электронные СМИ на формирование общественного мнения?
- Классификация электронных СМИ и их специфика.

## Тема 6. Принципы взаимодействия со СМИ. Работа пресс-службы.

Вопросы для обсуждения.

- Какую роль выполняют PR-службы в современном мире?
- Как правильно выбрать канал коммуникации для продвижения имиджа и что нужно при этом учитывать?
- В чем заключается специфика работы со СМИ при продвижении имиджа?

Организуя свою работу по освоению дисциплины, обучающиеся должны:

– использовать рекомендуемый режим и характер учебной работы по изучению дисциплины, по практическому применению изученного материала, по выполнению заданий в ходе текущего и промежуточного контроля, по использованию информационных технологий и др.;

– ознакомиться с методическими указаниями по дисциплине, перечнем учебно-методических изданий, рекомендуемых для подготовки к занятиям и выполнения самостоятельной работы, а также с методическими материалами на бумажных и/или электронных носителях, выпущенных кафедрой.

Самостоятельная работа студентов, предусмотренная учебным планом должна соответствовать более глубокому усвоению изучаемого курса, формировать навыки исследовательской работы и ориентировать студентов на умение применять теоретические знания на практике.

### ***Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины:***

1. *Работа с источниками, указанными в разделе основной и дополнительной литературы.* В ходе изучения дисциплины обучающимся необходимо использовать: материалы, представленные преподавателем в ходе аудиторных занятий; источники, указанные в разделе основной и дополнительной литературы и др.

2. *Самостоятельное изучение тем дисциплины.* В ходе самостоятельного изучения материала обучающиеся могут оформлять конспекты по изучаемой теме, которые повышают качество освоения материала, а также подготовиться к проведению промежуточной аттестации. Для наглядности и удобства запоминания материала рекомендуется активно использовать при конспектировании рисунки, схемы и таблицы.

3. *Подготовка к занятиям.* В ходе подготовки к занятиям обучающиеся должны следовать методическим рекомендациям преподавателя, учитывая что часть вопросов выносятся на обсуждение на занятиях. Одной из основных

форм текущего контроля подготовки обучающихся к занятиям является устный ответ, доклад, презентация, контрольное тестирование, выполнение ситуационных заданий и др.

4. *Подготовка к промежуточной аттестации.* При подготовке к промежуточной аттестации обучающиеся должны опираться на учебный материал, полученный в ходе занятий, а также на процесс самостоятельного изучения дисциплины. В ходе промежуточной аттестации оценивается степень сформированности компетенций, указанных в рабочей программе по дисциплине. При этом учитываются результаты самостоятельной работы и результаты текущего контроля.

## **VII. Материально-техническое обеспечение**

Материально-техническая база необходимая и применяемая для осуществления образовательного процесса и программное обеспечение по дисциплине включает:

- специальные помещения (аудитории), укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации в аудитории;
- мультимедийное оборудование (ноутбук, экран и проектор);
- ПК для работы студентов в компьютерном классе с выходом в Интернет.

Учебная аудитория № 221, 228 170100, Тверская область, г. Тверь, пер. Студенческий, д. 12	Столы, стулья, доска, стационарный мультимедийный проектор, переносной ноутбук.
Кафедра управления персоналом 224 170100, Тверская область, г. Тверь, пер. Студенческий, д. 12	Столы, стулья, стационарный компьютер, принтер.

## **VIII. Сведения об обновлении рабочей программы дисциплины**

№п.п.	Обновленный раздел рабочей программы дисциплины	Описание внесенных изменений	Реквизиты документа, утвердившего изменения
1.			
2.			