

УДК 32:372.8

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «РЕПУТАЦИОННЫЙ КАПИТАЛ ГОСУДАРСТВА»

В. П. Беляева

*Заместитель директора школы,
Средняя общеобразовательная школа № 97,
г. Москва, Россия*

SUMMARY OF THE WORKING TRAINING MODULES «REPUTATIONAL CAPITAL OF THE STATE»

V. P. Belyaeva

*Deputy Director of the school,
School № 97, Moscow, Russia*

Summary. In the context of increasing international competition reputational capital of the Russian Federation it is an effective political resource, contributing to the realization of national interests. A necessary condition for improving its effectiveness understands the features of the phenomenon of reputation capital of the state, factors and trends in its formation, development of technologies for the creation of a positive reputational characteristic of the subject and their subsequent translation of the target audience. This knowledge is very important for the formation of a specialist in political science.

Keywords: political science; politics; reputational capital of the state; reputation; image of the state; technologies of formation and realization of reputational capital of the state; political resource.

Целями учебной дисциплины «Репутационный капитал государства» являются получение студентами теоретических знаний о репутационном капитале государства, факторах, создающих его в современном политическом процессе, динамике развития и практических навыков по формированию и реализации репутационного капитала государства на различных уровнях политической системы.

Задачи дисциплины:

- сформировать блок знаний и представлений о сущности, структуре и функциях репутационного капитала государства как политического ресурса;
- расширить знания о концепциях, лежащих в основе феномена репутационного капитала государства;
- овладеть навыками сравнительного анализа опыта применения технологий, способствующих развитию государственного репутационного капитала;
- развить способы и методы выявления факторов, тенденций, направлений и закономерностей организации репутационного капитала России;

– научиться самостоятельно находить оптимальные технологии формирования и реализации репутационного капитала российского государства.

Место дисциплины в структуре общеобразовательной программы

Дисциплина относится к выборной части, профессионального цикла основной образовательной программы магистратуры по направлению подготовки 030200.68 – «Политология», профилю подготовки «Политические институты, процессы и технологии», степень выпускника «Магистр».

Дисциплина находится в логической и содержательно-методической взаимосвязи с дисциплинами «Теория политических институтов», «Политическое управление», «Политический менеджмент», «Политические технологии», а также с разделами производственной, научно-исследовательской практики, научно-исследовательской работы.

Дисциплина предназначена для студентов, имеющих базовые знания, необходимые для освоения данной

дисциплины и приобретенные в результате освоения предшествующих дисциплин «Политический анализ и прогнозирование» и «Теория политики».

В частности, предъявляются следующие требования к «входным» знаниям:

– знать категориальный аппарат, методы политического анализа и парадигмы современной политической науки;

– глубокое понимание основных характеристик современной политической системы и политического процесса в России;

– уметь объяснить современные особенности политики российского государства, политической культуры и политического поведения в России.

Примерная тематика докладов по дисциплине «Репутационный капитал государства»:

1. Государство как политический организм: специфические характеристики.

2. Концепции политической коммуникации и репутационный капитал государства.

3. Доктрина символического капитала и репутационный капитал государства.

4. Теоретические основы феномена «гудвилл» и репутационный капитал государства.

5. Теория «мягкой силы» и репутационный капитал государства.

6. Технологическая платформа исследования репутационного капитала государства.

7. Современные тенденции глобального взаимодействия государств.

8. Материальные и нематериальные ресурсы государства.

9. Политические ресурсы государства.

10. Репутационный капитал государства как политический ресурс.

11. Методологическая основа исследования репутационного капитала государства.

12. Методы исследования репутационного капитала государства.

13. Национальные интересы государства.

14. Репутационные характеристики государства: интегрированный подход.

15. Репутационный капитал государства: принципы формирования.

16. Репутационные характеристики государства (на примере конкретной державы).

17. Понятия «имидж», «бренд», «репутация»: общее и частное.

18. Репутация государства: понятие, сущность, структура.

19. Репутация России: отрицательные и положительные свойства.

20. Санкции и репутация государства.

21. Антироссийская пропаганда: специфика.

22. Действия российских властей для укрепления репутационного капитала государства.

23. Действия российского бизнеса для укрепления репутационного капитала государства.

24. Репутация государства: спортивный компонент.

25. Репутация государства: культурный аспект.

26. Репутация государства как сумма репутаций его институтов.

27. Факторы, формирующие мнения целевой группы о государстве: теоретический аспект.

28. Факторы, формирующие мнения целевой группы о государстве (на примере конкретной державы).

29. Технологический потенциал репутационного капитала государства.

30. Природа, сущностные черты репутационного капитала государства: комплексный анализ.

31. Репутационные риски государства.

32. Репутация политического лидера как элемент репутационного капитала государства.

33. Имидж государства.

34. Имидж России в современном мире.

35. Имиджевая стратегия государства (на примере конкретной державы).

36. Имиджевый потенциал России в условиях глобализации.

37. Государственный бренд.

38. Брендинг и ребрендинг государств.

39. Сравнительный анализ государственных стратегий по укреплению репутационного капитала.

40. Технологии формирования репутационного капитала государства.

41. Технологии реализации репутационного капитала государства.

42. Исторический опыт формирования репутации России.

43. Исторический опыт формирования репутации государства (на примере конкретной державы).

44. Инновационные технологии формирования и реализации репутационного капитала государства.

45. Информационно-коммуникационные технологии формирования репутационного капитала государства.

46. Репутационный капитал государства: закономерности и тенденции.

47. Репутационный капитал государства: международные рейтинги.

48. Репутационный капитал государства и работа с медиапространством.

49. Позиции России в международных рейтингах.

50. Критерии расчета позиции государства в международных рейтингах.

51. Членство в международных организациях и союзах как фактор накопления и реализации репутационного капитала государства.

52. Векторы и алгоритмы повышения эффективности репутационного капитала государства.

53. Событие как элемент технологии формирования и реализации репутационного капитала государства.

54. «Уличная демократия» как результат дефицита репутационного капитала государственной власти.

55. «Мягкая сила» как инструмент государства.

Библиографический список

1. Авцинова Г. И., Атаев Т. Б., Ахрамеева Е. С. и др. Политика. Инновации. Технологии: монография / под общ. ред. О. Е. Гришина, Г. И. Авциновой, Л. И. Гордеева. – М.: НИИ общественных и политических наук, 2014. – 204 с.
2. Анохин М. Г., Гришин О. Е. Репутационный капитал современной России: проблемы, опыт, технологии формирования // Образ России в контексте формирования культуры толерантности внутри страны и за рубежом: сборник тезисов Международной научно-практической конференции. – Москва, 13–15 ноября 2009 г. / под ред. Т. В. Евгеньевой. – М.: РИЦ МГГУ им. М. А. Шолохова, 2010. – С. 6–9.
3. Бронников И. А., Буренко В. И., Горбачев А. А. и др. Модернизация политических институтов, процессов и технологий в условиях глобализации: монография / под ред. О. Е. Гришина, А. К. Сквикова. – М.: Изд-во Моск. гуманит. ун-та, 2012. – 294 с.
4. Быба Ю. В. Государство должно нравиться своему народу // Власть. – 2007. – № 12. – С. 12–14.
5. Варламова И. В. Имидж региона как репутационный капитал // Вестник Чувашского университета. – 2014. – № 1. – С. 167–172.
6. Василенко И. А. Имиджевая стратегия современной Бразилии: слагаемые успеха, проблемы и перспективы // Государственная служба. – 2013. – № 3(83). – С. 91–94.
7. Василенко И. А. Имиджевая стратегия России в контексте мирового опыта // Власть. – 2013. – № 7. – С. 24–28.
8. Василенко И. А. Новые тенденции мирового опыта ребрендинга государств: уроки для России // Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование. – 2014. – Т. 7. – № 1(33). – С. 131–138.
9. Владимирова А. В., Королев В. А., Трунина А. А. Страновой брендинг и его отражение в глобальных рейтингах «мягкой силы» // Вестник международных организаций. – 2014. – Т. 9. – № 2. – С. 209–228.
10. Головлева Е. Л. Факторы укрепления международного имиджа и репутации России // Власть. – 2012. – № 1. – С. 106–108.
11. Гранкин Н. Е. Политический имидж, репутационный капитал современной России: теоретико-концептуальные подходы // Среднерусский вестник общественных наук. – 2008. – № 1. – С. 64–69.
12. Гришин О. Е., Соколова А. Э. Формирование репутационного капитала государства: инновационные информационно-коммуникационные технологии // PolitBook. – 2013. – № 2. – С. 106–116.
13. Егорычев А. М., Ригер А., Костина Е. А. Русские: характер, ментальность, стереотипы поведения // Вестник Новосибирского государственного педагогического университета. – 2013. – № 6(16). – С. 116–128.
14. Жуков В. И., Авцинова Г. И., Анохин М. Г. и др. Политология: учебник / под общ. ред. академика РАН В. И. Жукова. – М.: Издательство РГСУ, 2011. – 640 с.
15. Инковская Ю. Н. Формирование бренда государства на примере стран «постсоветского пространства» // Теория и практика общественного развития. – 2013. – № 9. – С. 248–250.
16. Касымова О. П. Образ России и русских в национальном самосознании (по данным печати XXI века) // Вестник ВЭГУ. – 2010. – № 3. – С. 96–102.
17. Кошлаков Д. М. Внешнеполитический образ постсоветской России // Известия Алтайского государственного университета. – 2011. – № 4–2. – С. 258–262.
18. Ляпоров В. Н. Бренд-политика как основа внешнеполитической стратегии // Власть. – 2007. – № 7. – С. 66–77.
19. Медведева Н. Н. Имидж России в современном мире // Среднерусский вестник общественных наук. – 2006. – № 1. – С. 116–120.

20. Мельникова Т. С. Политический имидж государственной власти как социально-психологический феномен массового сознания // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2010. – № 4. – С. 149–152.
21. Панова Е. П. Сила привлекательности: использование «мягкой власти» в мировой политике // Вестник МГИМО – Университета. – 2010. – № 4. – С. 91–97.
22. Пророк В., Цупалова М. Образ России в представлениях чешской общественности и СМИ // PolitBook. – 2013. – № 4. – С. 47–59.
23. Радиков И. В., Лексютина Я. В. «Мягкая сила» как современный атрибут великой державы // Мировая экономика и международные отношения (МЭМО). – 2012. – № 2. – С. 19–26.
24. Рудакова А. Э. Категория «социально-политические технологии» в области формирования репутационного капитала государства // Ученые записки Российского государственного социального университета. – 2014. – № 3. – С. 12–16.
25. Рудакова А. Э. Некоторые исторические предпосылки формирования репутационного капитала современного российского государства // Человеческий капитал. – 2014. – № 2 (62). – С. 34–37.
26. Рудакова А. Э. Репутационный капитал российского государства – олимпийский вклад // Вестник Университета (Государственный университет управления). – 2014. – № 16. – С. 275–280.
27. Рудакова А. Э. Технологии формирования репутационного капитала субъектов Российской Федерации // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 1. URL: <http://www.science-education.ru/121#56> (дата обращения: 17.08.2015).
28. Соколова А. Э. Репутационный капитал государства: проблема интерпретации термина в современной политической науке // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2012. – № 10 (24). – Ч. I. – С. 176–179.
29. Тимофеева Л. Н. Репутационный капитал России – Современный образ России: перспективы развития / под ред. А. В. Очировой, Ю. П. Зинченко, Л. В. Матвеевой. – М. : Общественная палата РФ, МГУ, 2008.
30. Улитина М. О. Имиджевый потенциал России в условиях глобализации и возможности его использования // Вестник Московского государственного лингвистического университета. – 2014. – № 2(688). – С. 193–205.
2. Anohin M. G., Grishin O. E. Reputacionnyj kapital sovremennoj Rossii: problemy, opyt, tehnologii formirovanija // Obraz Rossii v kontekste formirovanija kultury tolerantnosti vnutri strany i za rubezhom: Sbornik tezisov Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii. – Moskva, 13–15 nojabrja 2009 g. / Pod. red. T. V. Evgenevoj. – M. : RIC MGGU im. M. A. Sholohova, 2010. – S. 6–9.
3. Bronnikov I. A., Burenko V. I., Gorbachev A. A. i dr. Modernizacija politicheskix institutov, processov i tehnologij v uslovijah globalizacii: monografija / pod red. O. E. Grishina, A. K. Skovikova. – M. : Izd-vo Mosk. gumanit. un-ta, 2012. – 294 s.
4. Byba Ju. V. Gosudarstvo dolzhno nraivitsja svoemu narodu // Vlast. – 2007. – № 12. – S. 12–14.
5. Varlamova I. V. Imidzh regiona kak reputacionnyj kapital // Vestnik Chuvashskogo universiteta. – 2014. – № 1. – S. 167–172.
6. Vasilenko I. A. Imidzhevaja strategija sovremennoj Brazilii: slagaemye uspeha, problemy i perspektivy // Gosudarstvennaja sluzhba. – 2013. – № 3(83). – S. 91–94.
7. Vasilenko I. A. Imidzhevaja strategija Rossii v kontekste mirovogo opyta // Vlast. – 2013. – № 7. – S. 24–28.
8. Vasilenko I. A. Novye tendencii mirovogo opyta rebrendinga gosudarstv: uroki dlja Rossii // Problemnyj analiz i gosudarstvenno-upravlencheskoe proektirovanie. – 2014. – Т.7. – № 1(33). – S. 131–138.
9. Vladimirova A. V., Korolev V. A., Trunina A. A. Stranovoj brending i ego otrazhenie v globalnyh rejtingah «mjagkoj sily» // Vestnik mezhdunarodnyh organizacij. – 2014. – Т. 9. – № 2. – S. 209–228.
10. Golovleva E. L. Faktory ukreplenija mezhdunarodnogo imidzha i reputacii Rossii // Vlast. – 2012. – № 1. – S. 106–108.
11. Grankin N. E. Politicheskij imidzh, reputacionnyj kapital sovremennoj Rossii: teoretiko-konceptualnye podhody // Srednerusskij vestnik obshhestvennyh nauk. – 2008. – № 1. – S. 64–69.
12. Grishin O. E., Sokolova A. Je. Formirovanie reputacionnogo kapitala gosudarstva: innovacionnye informacionno-kommunikacionnye tehnologii // PolitBook. – 2013. – № 2. – S. 106–116.
13. Egorychev A. M., Riger A., Kostina E. A. Russkie: harakter, mentalnost, stereotipy povedenija // Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta. – 2013. – № 6(16). – S. 116–128.
14. Zhukov V. I., Avcinova G. I., Anohin M. G. i dr. Politologija: uchebnik / pod obshh. red. akademika RAN V. I. Zhukova. – M. : Izdatelstvo RGSU, 2011. – 640 s.
15. Inkovskaja Ju. N. Formirovanie brenda gosudarstva na primere stran «postsovetskogo prostranstva» // Teorija i praktika obshhestvennogo razvitija. – 2013. – № 9. – S. 248–250.

Bibliograficheskij spisok

1. Avcinova G. I., Ataev T. B., Ahrameeva E. S. i dr. Politika. Innovacii. Tehnologii: monografija / pod obshh. red. O. E. Grishina, G. I. Avcinovej, L. I. Gordeeva. – M. : NII obshhestvennyh i politicheskix nauk, 2014. – 204 s.

16. Kasymova O. P. Obraz Rossii i russkikh v nacionalnom samosoznanii (po dannym pečati XXI veka) // Vestnik VJeGU. – 2010. – № 3. – S. 96–102.
17. Koshlakov D. M. Vneshnepoliticheskij obraz postsovetskoj Rossii // Izvestija Altajskogo gosudarstvennogo universiteta. – 2011. – № 4–2. – S. 258–262.
18. Ljaporov V. N. Brend-politika kak osnova vneshnepoliticheskoj strategii // Vlast. – 2007. – № 7. – S. 66–77.
19. Medvedeva N. N. Imidzh Rossii v sovremennom mire // Srednerusskij vestnik obshhestvennyh nauk. – 2006. – № 1. – S. 116–120.
20. Melnikova T. S. Politicheskij imidzh gosudarstvennoj vlasti kak socialno-psihologicheskij fenomen massovogo soznaniya // Vestnik Saratovskogo gosudarstvennogo socialno-jekonomicheskogo universiteta. – 2010. – № 4. – S. 149–152.
21. Panova E. P. Sila privlekatelnosti: ispolzovanie «mjagkoj vlasti» v mirovoj politike // Vestnik MGIMO – Universiteta. – 2010. – № 4. – S. 91–97.
22. Prorok V., Cupalova M. Obraz Rossii v predstavlenijah cheshskoj obshhestvennosti i SMI // PolitBook. – 2013. – № 4. – S. 47–59.
23. Radikov I. V., Leksjutina Ja. V. «Mjagkaja sila» kak sovremennij atribut velikoj derzhavy // Mirovaja jekonomika i mezhdunarodnye otnoshenija (MJeIMO). – 2012. – № 2. – S. 19–26.
24. Rudakova A. Je. Kategorija «socialno-politicheskie tehnologii» v oblasti formirovanija reputacionnogo kapitala gosudarstva // Uchenye zapiski Rossijskogo gosudarstvennogo socialnogo universiteta. – 2014. – № 3. – S. 12–16.
25. Rudakova A. Je. Nekotorye istoricheskie predposylki formirovanija reputacionnogo kapitala sovremennogo russijskogo gosudarstva // Chelovecheskij kapital. – 2014. – № 2 (62). – S. 34–37.
26. Rudakova A. Je. Reputacionnyj kapital russijskogo gosudarstva – olimpijskij vklad // Vestnik Universiteta (Gosudarstvennyj universitet upravlenija). – 2014. – № 16. – S. 275–280.
27. Rudakova A. Je. Tehnologii formirovanija reputacionnogo kapitala subektov Rossijskoj Federacii // Sovremennye problemy nauki i obrazovanija. – 2015. – № 1. URL: <http://www.science-education.ru/121#56> (data obrashhenija: 17.08.2015).
28. Sokolova A. Je. Reputacionnyj kapital gosudarstva: problema interpretacii termina v sovremennoj politicheskoj nauke // Istoricheskie, filosofskie, politicheskie i juridicheskie nauki, kulturologija i iskusstvovedenie. Voprosy teorii i praktiki. – 2012. – № 10 (24). – Ch. I. – S. 176–179.
29. Timofeeva L. N. Reputacionnyj kapital Rossii – Sovremennij obraz Rossii: perspektivy razvitiya / Pod red. A. V. Ochirovoj, Ju. P. inchenko, L. V. Matveevoj. – M. : Obshhestvennaja palata RF, MGU, 2008.
30. Ulitina M. O. Imidzhevij potencial Rossii v uslovijah globalizacii i vozmozhnosti ego ispolzovanija // Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. – 2014. – № 2(688). – S. 193–205.

© Беляева В. П., 2015