

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Комсомольский-на-Амуре государственный университет»

Кафедра «Философия и культурология»



УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор

И.В. Макурин

12

20 17 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины «Имиджелогия»

основной профессиональной образовательной программы
подготовки бакалавров
по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
профиль «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии»

Форма обучения очно-заочная
Технология обучения традиционная

Комсомольск-на-Амуре 20 17

Автор рабочей программы
доцент, канд. ист. наук

А.Б. Семёнов
« 13 » 12 20/7 г.

СОГЛАСОВАНО

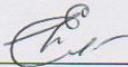
Директор библиотеки

 И.А. Романовская
« 14 » 12 20/7 г.

Заведующий кафедрой
«Философия и культурология»

 Д.В. Новиков
« 13 » 12 20/7 г.

Декан факультета заочного и ди-
станционного обучения

 М.В. Семибратова
« 14 » 12 20/7 г.

Начальник УМУ

 Е.Е. Поздеева
« 15 » 12 20/7 г.

Введение

Рабочая программа дисциплины «Имиджелогия» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11.08.2016 № 997, и основной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профиль «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии»

1 Аннотация дисциплины

Наименование дисциплины	Имиджелогия							
Цель дисциплины	Формирование у студентов представление об основных проблемах, связанных с таким явлением как имидж, в различных его аспектах, получающих практическую реализацию в современной социальной практике, а также о существующих или возможных научных подходах к решению этих проблем							
Задачи дисциплины	-Сформировать представление о теоретических истоках имиджелогии (психологических, семиотических, интеракционистских, риторических и др.); -Сформировать представление о современных концепциях имиджа; - Научить оперировать инструментарием имиджелогии; -Помочь овладеть навыками построения личностного имиджа; -Помочь овладеть навыками создания анализа.							
Основные разделы дисциплины	1. Имиджелогия: сущность и специфика предмета. 2. Технологии имиджирования. 3. Использование имиджелогии в различных сферах деятельности.							
Общая трудоемкость дисциплины	3 з.е. / 108 академических часов							
		Аудиторная нагрузка, ч				СРС, ч	Промежуточная аттестация, ч	Всего за семестр, ч
	Семестр	Лекции	Пр. занятия	Лаб. работы	Курсовое проектирование			
3 семестр	6	10	-	-	56	36	108	
ИТОГО:		6	10	-	-	56	36	108

2 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

(модулю), соотнесенных с планируемыми результатами образовательной программы

Дисциплина «Имиджелогия» нацелена на формирование компетенций, знаний, умений, навыков, указанных в таблице 1.

Таблица 1. Компетенции, знания, умения, навыки

Наименование и шифр компетенции, в формировании которой принимает участие дисциплина	Перечень формируемых знаний, умений, навыков, предусмотренных образовательной программой		
	Перечень знаний (с указанием шифра)	Перечень умений (с указанием шифра)	Перечень навыков (с указанием шифра)
ОК-7 способность к самоорганизации и самообразованию	31(ОК-7-3) сущность понятий «имидж» и «репутация»	У1(ОК-7-3) анализировать собственный деловой имидж и корректировать его	Н1(ОК-7-3) навыками анализа имиджа
	32(ОК-7-3) составные элементы структуры имиджа		

3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Имиджелогия» изучается на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина входит в состав блока 1 «Дисциплины (модули)» и является обязательным курсом.

Для освоения дисциплины необходимы знания, полученные при изучении курса «Реклама».

Входной контроль проводится в виде тестирования и экзамена. Задания тестов представлены в приложении 1 РПД.

4 Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Распределение объема дисциплины по видам учебных занятий представлено в таблице 3.

Таблица 3 – Объем дисциплины по видам учебных занятий

Объем дисциплины	Всего академических часов	
	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения
Общая трудоемкость дисциплины		108
Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), всего		16
В том числе:		
занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками)		6
занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)		10
Самостоятельная работа обучающихся и контактная работа , включающая групповые консультации, индивидуальную работу обучающихся с преподавателями (в том числе индивидуальные консультации); взаимодействие в электронной информационно-образовательной среде вуза		56
Промежуточная аттестация обучающихся	-	36

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

Таблица 3 – Структура и содержание дисциплины (модуля)

Наименование разделов, тем и содержание материала	Компонент учебного плана	Трудоёмкость, ч	Форма проведения	Планируемые (контролируемые) результаты освоения	
				Компетенции	Знания, умения, навыки
Раздел 1 Имиджелогия: сущность и специфика предмета.					
1. Введение в имиджелогияю: имидж-	Лекция	2	Проблемное изложение материала	ОК-7	31(ОК-7-3) 32(ОК-7-3) У1(ОК-7-3)

Наименование разделов, тем и содержание материала	Компонент учебного плана	Трудоёмкость, ч	Форма проведения	Планируемые (контролируемые) результаты освоения	
				Компетенции	Знания, умения, навыки
стратегия, Профессия – имиджмейкер					У2(ОК-7-3) Н1(ОК-7-3) Н2(ОК-7-3)
	Практическое занятие	2	Дискуссия	ОК-7	31(ОК-7-3) 32(ОК-7-3) У1(ОК-7-3) У2(ОК-7-3) Н1(ОК-7-3) Н2(ОК-7-3)
	Самостоятельная работа обучающихся (подготовка к практическому занятию)	3	Освоение материала раздела дисциплины. Подготовка к опросу.	ОК-7	31(ОК-7-3) 32(ОК-7-3) У1(ОК-7-3) У2(ОК-7-3) Н1(ОК-7-3) Н2(ОК-7-3)
	Самостоятельная работа обучающихся (изучение теоретических разделов дисциплины)	3	Чтение основной и дополнительной литературы. Конспектирование.	ОК-7	31(ОК-7-3) 32(ОК-7-3) У1(ОК-7-3) У2(ОК-7-3) Н1(ОК-7-3) Н2(ОК-7-3)
ИТОГО по разделу 1	Лекции	2	-	-	-
	Практические занятия	2	-	-	-
	Самостоятельная работа обучающихся	6	-	-	-
Раздел 2 Технологии имиджирования.					
2. Теоретические и практические основы презентации.	Лекция	1	Проблемное изложение материала	ОК-7	31(ОК-7-3) 32(ОК-7-3) У1(ОК-7-3) У2(ОК-7-3) Н1(ОК-7-3) Н2(ОК-7-3)
	Практическое занятие	2	Традиционное	ОК-7	31(ОК-7-3) 32(ОК-7-3)

Наименование разделов, тем и содержание материала	Компонент учебного плана	Трудоёмкость, ч	Форма проведения	Планируемые (контролируемые) результаты освоения	
				Компетенции	Знания, умения, навыки
					У1(ОК-7-3) У2(ОК-7-3) Н1(ОК-7-3) Н2(ОК-7-3)
	Самостоятельная работа обучающихся (подготовка к практическому занятию)	5	Освоение материала раздела дисциплины. Подготовка к опросу	ОК-7	31(ОК-7-3) 32(ОК-7-3) У1(ОК-7-3) У2(ОК-7-3) Н1(ОК-7-3) Н2(ОК-7-3)
	Самостоятельная работа обучающихся (изучение теоретических разделов дисциплины)	5	Чтение основной и дополнительной литературы. Конспектирование.	ОК-7	31(ОК-7-3) 32(ОК-7-3) У1(ОК-7-3) У2(ОК-7-3) Н1(ОК-7-3) Н2(ОК-7-3)
3. Базовая модель технологии имиджирования. .	Лекция	1	Проблемное изложение материала	ОК-7	31(ОК-7-3) 32(ОК-7-3) У1(ОК-7-3) У2(ОК-7-3) Н1(ОК-7-3) Н2(ОК-7-3)
	Практическое занятие	2	Традиционное	ОК-7	31(ОК-7-3) 32(ОК-7-3) У1(ОК-7-3) У2(ОК-7-3) Н1(ОК-7-3) Н2(ОК-7-3)
	Самостоятельная работа обучающихся (подготовка к практическому занятию)	5	Освоение материала раздела дисциплины. Подготовка к опросу	ОК-7	31(ОК-7-3) 32(ОК-7-3) У1(ОК-7-3) У2(ОК-7-3) Н1(ОК-7-3) Н2(ОК-7-3)

Наименование разделов, тем и содержание материала	Компонент учебного плана	Трудоёмкость, ч	Форма проведения	Планируемые (контролируемые) результаты освоения	
				Компетенции	Знания, умения, навыки
	Самостоятельная работа обучающихся (изучение теоретических разделов дисциплины)	5	Чтение основной и дополнительной литературы. Конспектирование	ОК-7	31(ОК-7-3) 32(ОК-7-3) У1(ОК-7-3) У2(ОК-7-3) Н1(ОК-7-3) Н2(ОК-7-3)
ИТОГО по разделу 2	Лекции	2	-	-	-
	Практические занятия	4	-	-	-
	Самостоятельная работа обучающихся	20	-	-	-
Раздел 3. Использование имиджологии в различных сферах деятельности					
4. Имидж политической власти.	Лекция	1	Традиционная	ОК-7	31(ОК-7-3) 32(ОК-7-3) У1(ОК-7-3) У2(ОК-7-3) Н1(ОК-7-3) Н2(ОК-7-3)
	Практическое занятие	2	Традиционное	ОК-7	31(ОК-7-3) 32(ОК-7-3) У1(ОК-7-3) У2(ОК-7-3) Н1(ОК-7-3) Н2(ОК-7-3)
	Самостоятельная работа обучающихся (подготовка к практическому занятию)	8	Освоение материала раздела дисциплины. Подготовка к опросу.	ОК-7	31(ОК-7-3) 32(ОК-7-3) У1(ОК-7-3) У2(ОК-7-3) Н1(ОК-7-3) Н2(ОК-7-3)
	Самостоятельная работа обучающихся (изучение теоретических разделов дисциплины)	8	Чтение основной и дополнительной литературы. Конспектирование.	ОК-7	31(ОК-7-3) 32(ОК-7-3) У1(ОК-7-3) У2(ОК-7-3) Н1(ОК-7-3)

Наименование разделов, тем и содержание материала	Компонент учебного плана	Трудоёмкость, ч	Форма проведения	Планируемые (контролируемые) результаты освоения	
				Компетенции	Знания, умения, навыки
					H2(ОК-7-3)
5. Имидж корпорации.	Лекция	1	Проблемное изложение	ОК-7	31(ОК-7-3) 32(ОК-7-3) У1(ОК-7-3) У2(ОК-7-3) Н1(ОК-7-3) Н2(ОК-7-3)
	Практическое занятие	2	Традиционное	ОК-7	31(ОК-7-3) 32(ОК-7-3) У1(ОК-7-3) У2(ОК-7-3) Н1(ОК-7-3) Н2(ОК-7-3)
	Самостоятельная работа обучающихся (подготовка к практическому занятию)	10	Освоение материала раздела дисциплины. Подготовка к опросу.	ОК-7	31(ОК-7-3) 32(ОК-7-3) У1(ОК-7-3) У2(ОК-7-3) Н1(ОК-7-3) Н2(ОК-7-3)
	Самостоятельная работа обучающихся (подготовка контрольной работы)	20	Чтение основной и дополнительной литературы. Конспектирование	ОК-7	31(ОК-7-3) 32(ОК-7-3) У1(ОК-7-3) У2(ОК-7-3) Н1(ОК-7-3) Н2(ОК-7-3)
ИТОГО по разделу 3	Лекции	2	-	-	-
	Практические занятия	2	-	-	-
	Самостоятельная работа обучающихся	30	-	-	-
Промежуточная аттестация по дисциплине		36	экзамен	-	-
ИТОГО по дисциплине	Лекции	6	-	-	-
	Практические занятия	10	-	-	-

Наименование разделов, тем и содержание материала	Компонент учебного плана	Трудоёмкость, ч	Форма проведения	Планируемые (контролируемые) результаты освоения	
				Компетенции	Знания, умения, навыки
	Самостоятельная работа обучающихся	56	-	-	-
ИТОГО: общая трудоемкость дисциплины 108 часов, в том числе с использованием активных методов обучения 4 часа.					

6 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа обучающихся, осваивающих дисциплину «Имиджелогия», состоит из следующих компонентов: изучение теоретических разделов дисциплины; подготовка к практическим занятиям; написание контрольной работы.

Для эффективного выполнения всех разделов самостоятельной работы учащимся рекомендуется использовать следующее учебно-методическое обеспечение:

1. ФГБОУ ВПО «КНАГТУ». – Введ. 2015-04-06. – Комсомольск-на-Амуре: ФГБОУ ВПО «КНАГТУ», 2015. – 24 с.

2. РД ФГБОУ ВО КНАГТУ013-2016 «Текстовые студенческие работы. Правила оформления». – Введ. 2016-03-10. – Комсомольск-на-Амуре: ФГБОУ ВО «КНАГТУ», 2016. – 56 с.

Основная литература

1. Имиджелогия. Теория и практика: Учеб. пособие для студентов вузов Учебное пособие / Горчакова В.Г. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 335 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=872660>

2. Чуланова, О.Л. Имиджелогия [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособие / О.Л. Чуланова; Сургут, гос. ун-т. - Сургут: Изд-во СурГУ, 2007. - 264 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=504923>

3. Имидж. Искусство и реальность: Учебное пособие для студентов вузов / Горчакова В.Г. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 279 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=872659>

Дополнительная литература

1. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: Учебное пособие / Ф.И. Шарков. - 2-е изд. - М.: Дашков и К: "Издательство Шаркова", 2012. - 272 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=327924>
2. Социальное пространство имиджа: Монография / М.О. Кошлякова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 152 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=376278>

График выполнения самостоятельной работы представлен в таблице 4.

Таблица 4 – Рекомендованный график выполнения самостоятельной работы

Вид самостоятельной работы	Часов в неделю																	Итого по видам работ
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
Изучение теоретических разделов дисциплины		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		16
Подготовка к практическим занятиям		2	1	2	1	2	1	2	1	2		2		2		2		20
Написание контрольной работы		1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2		2			20
ИТОГО в 3 семестре		4	3	4	3	3	3	3		56								

7 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Таблица 5 – Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства	Показатели оценки
1. Имиджелогия: сущность и специфика предмета	31(ОК-7-3) У1(ОК-7-3) У3(ОК-7-3) Н1(ОК-7-3) Н3(ОК-7-3)	Теоретические вопросы к разделу Практические задания	Знает: методики развития и совершенствования своего интеллектуального и общекультурного уровня Умеет: проводить самодиагностику и анализ учебной деятельности, определять цели учебной деятельности Умеет: использовать инструменты планирования и самоконтроля учебной деятельности Владеет: навыками планирования, организации и контроля учебной деятельности; Владеет: навыками коммуникации в академической среде
2. Технологии имиджирования	31(ОК-7-3) У1(ОК-7-3) У3(ОК-7-3) Н1(ОК-7-3) Н3(ОК-7-3)	Теоретические вопросы к разделу Практические задания	Знает: методики развития и совершенствования своего интеллектуального и общекультурного уровня Умеет: проводить самодиагностику и анализ учебной деятельности, определять цели учебной деятельности Умеет: использовать инструменты планирования и самоконтроля учебной деятельности Владеет: навыками планирования, организации и контроля учебной деятельности; Владеет: навыками коммуникации в академической среде
3. Использование имиджелогии в различных сферах деятельности	31(ОК-7-3) У1(ОК-7-3) У3(ОК-7-3) Н1(ОК-7-3) Н3(ОК-7-3)	Теоретические вопросы к разделу Практические задания Контрольная работа	Знает: методики развития и совершенствования своего интеллектуального и общекультурного уровня Умеет: проводить самодиа-

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства	Показатели оценки
			гностику и анализ учебной деятельности, определять цели учебной деятельности Умеет: использовать инструменты планирования и самоконтроля учебной деятельности Владеет: навыками планирования, организации и контроля учебной деятельности; Владеет: навыками коммуникации в академической среде

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций ОК-7 представлены в виде технологической карты дисциплины (таблица 6).

Таблица 6– Технологическая карта

	Наименование оценочного средства	Сроки выполнения	Шкала оценивания	Критерии оценивания
3 семестр <i>Промежуточная аттестация в форме экзамена</i>				
1	Теоретические вопросы к разделам	В течение семестра	10 баллов	8-10 баллов – активная подготовка и работа студента на практических занятиях не менее 75 % от всего объема часов (6 семинаров); 5-7 баллов – подготовка и работа студента на практических занятиях не менее 50% от всего объема часов (5 семинаров); 1-4 балла - подготовка и работа студента на практических занятиях не менее 25% от всего объема часов (2 семинара); 0 баллов – отсутствие работы на практических занятиях.
2.	Практическое задание к разделу 1. Тест, эссе Социально-психологическая природа имиджа.	4 неделя	10 баллов	7-10 баллов – задание выполнено на высоком качественном уровне 3-6 – задание выполнено на удовлетворительном уровне 0-2 – задание выполнено на неудовлетворительном уровне
3.	Практическое задание к разделу 2. Тест, эссе Важнейшие	9 неделя	10 баллов	7-10 баллов – задание выполнено на высоком качественном уровне 3-6 – задание выполнено на удовлетворительном уровне 0-2 – задание выполнено на неудовлетворительном уровне

	Наименование оценочного средства	Сроки выполнения	Шкала оценивания	Критерии оценивания
	психологические измерения имиджа: направленность, интенсивность, широта и глубина.			ном уровне
4.	Практическое задание к разделу 3. Тест, эссе Самостоятельно проанализируйте Символизацию и мифологизацию как ведущие технологии формирования имиджа.	17 неделя	10 баллов	7-10 баллов – задание выполнено на высоком качественном уровне 3-6 – задание выполнено на удовлетворительном уровне 0-2 – задание выполнено на неудовлетворительном уровне
5	Контрольная работа	17 неделя	20 баллов	Контрольная работа соответствует всем количественным и качественным критериям. Все вопросы в контрольной работе раскрыты – 18-20 баллов; контрольная работа соответствует всем количественным и качественным критериям. Вопросы в контрольной работе в целом раскрыты – 13 – 17 баллов; контрольная работа частично соответствует качественным критериям (не раскрыто 50% вопросов) – 8-12 баллов; контрольная работа не соответствует количественным и качественным критериям – 0 баллов.
6	Экзамен	Сессия	40 баллов	Не ответил на вопросы экзамена – 0 баллов; Ответил удовлетворительно на вопросы экзамена – 1-16 баллов; Ответил хорошо на вопросы экзамена – 17-32 баллов; Ответил отлично на вопросы экзамена – 33-40 баллов.
ИТОГО:			100 баллов	
Критерии оценки результатов обучения по дисциплине: 76-100 баллов – оценка «отлично»; 50-75 баллов – оценка «хорошо»; 31-49 баллов – оценка «удовлетворительно»; Менее 31 балла – «не удовлетворительно».				

Теоретические вопросы к разделам

Раздел 1. Имиджелогия: сущность и специфика предмета

1. Введение в имиджелогияю.
2. Имидж-стратегия.
3. Профессия – имиджмейкер.

Раздел 2. Технологии имиджирования

1. Теоретические и практические основы презентации
2. Базовая модель технологии имиджирования
3. Правила хорошего тона как важная составляющая имиджа.

Раздел 3. Использование имиджологии в различных сферах деятельности

1. Имидж политической власти.
2. Имидж корпорации.
3. Имидж и Интернет.

Типовые практические задания

Задание к разделу 1.

Каковы функции имиджа, их теоретическое и практическое значение?

Задание к разделу 2.

Теоретические и практические основы презентации?

Задание к разделу 3.

Имидж представителя финансовой структуры?

Вопросы для промежуточной аттестации (к экзамену)

1. Что такое имидж как феномен и как научное понятие?
2. Каковы функции имиджа, их теоретическое и практическое значение?
3. Основные типы имиджа.
4. Какие существуют направления и отрасли имиджологии?
5. Какие знания и умения приоритетны в имиджологии?
6. Универсальное значение имиджологии.
7. Место и роль имиджологии в современных массовых коммуникациях.
8. Имидж в ракурсе жизненной перспективы.
9. Взаимосвязь менталитета и имиджа.
10. Имидж как средство решения личностных проблем.
11. Имиджирование как путь к успеху.
12. Имидж-технологии.
13. Имиджмейкер как профессия.
14. Базовая модель технологии имиджирования.
15. Важнейшие психологические измерения имиджа: направленность, интенсивность, широта и глубина.
16. Имидж как модель интерпретации деятельности социального объекта массовым сознанием.
17. Имидж как центральное понятие PR.
18. Составляющие правильного образа жизни.

19. Знания по ортобиозу и работа над имиджем.
20. Философия имиджелогии.
21. Концепция В.М. Шепеля об имидже как феномене и как понятии.
22. Имиджирование как форма самопрезентации.
23. Теоретические и практические основы презентации.
24. Самопрезентация. Теоретический аспект.
25. Основные принципы организации имиджирования.
26. «Я-концепция» и её составляющие.
27. Физиогномика.
28. Место фейсбилдинга в имиджелогии.
29. Роль причёски в имидже. Основные требования при индивидуальном подборе причёски.
30. Колористика. Основные понятия и назначение.
31. Цвет и зрительное восприятие.
32. Роль «подобия» в подборе одежды, причёски, макияжа, аксессуаров. 33. Макияж и его роль в создании имиджа.
34. Вербальное и невербальное общение.
35. Кинесика как наука о языке тела. Основные приёмы.
36. Жест как средство коммуникации.
37. Имидж телефонного общения.
38. Правила хорошего тона как важная составляющая имиджа.
39. Гражданский этикет.
40. Бизнес-этикет.
41. Восточный и Западный деловой этикет. Культурные разнообразия.
42. Имидж политической власти.
43. Имидж корпорации.
44. Имидж семьи.
45. Имидж и Интернет.
46. Имидж представителя финансовой структуры.

8 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

8.1 Основная литература

1. Имиджелогия. Теория и практика: Учеб. пособие для студентов вузов Учебное пособие / Горчакова В.Г. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 335 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=872660>
2. Чуланова, О.Л. Имиджелогия [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособие / О.Л. Чуланова; Сургут, гос. ун-т. - Сургут: Изд-во СурГУ, 2007. - 264 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=504923>

3. Имидж. Искусство и реальность: Учебное пособие для студентов вузов / Горчакова В.Г. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 279 с.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=872659>

8.2 Дополнительная литература

1. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: Учебное пособие / Ф.И. Шарков. - 2-е изд. - М.: Дашков и К: "Издательство Шаркова", 2012. - 272 с.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=327924>
2. Социальное пространство имиджа: Монография / М.О. Кошлякова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 152 с.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=376278>

9 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://window.edu.ru>, свободный. - Загл. с экрана.
2. Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/defaultx.asp>, свободный. - Загл. с экрана.

10 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Обучение дисциплине ««Имиджелогия»» предполагает изучение курса на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проводятся в форме лекций и практических занятий. Самостоятельная работа включает: изучение теоретических разделов дисциплины; подготовку к практическим занятиям, написание контрольной работы.

Таблица 9 – Методические указания к отдельным видам деятельности

Компонент учебного плана	Организация деятельности обучающихся
Лекционные занятия	В процессе проведения лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации. Рекомендуется избегать дословного записывания информации за преподавателем, а самостоятельно формулировать краткие формулировки основных положений лекционного материала. Желательно оставлять в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие ма-

Компонент учебного плана	Организация деятельности обучающихся
	<p>териал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. В ходе лекции студенты могут задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций. Перед началом каждой лекции рекомендуется прочесть материал предыдущего лекционного занятия с целью установления взаимосвязей нового учебного материала с усвоенным ранее для формирования целостного видения изучаемой экономической проблематики.</p>
Практические занятия	<p>Основой для подготовки к практическому (семинарскому) занятию является содержание лекционных занятий. Помимо этого для более глубокого понимания учебного материала необходимо использовать в процессе подготовки к занятиям учебную и учебно-методическую литературу. Показателем полноценной готовности студента к практическому занятию является способность самостоятельно излагать материал, приводить примеры, высказывать собственное мнение/критическое суждение по спорным вопросам и аргументировать свою точку зрения.</p> <p>Все непонятные для обучающихся вопросы подробно разбираются на практическом занятии. Поэтому при подготовке к данному виду занятия студенту рекомендуется зафиксировать непонятные вопросы (закономерности, формулы, правила и пр.) и задать их преподавателю в начале занятия до проведения опроса.</p>
Контрольная работа	<p>Тема контрольной работы выбирается студентом самостоятельно из предложенного перечня.</p> <p>Подготовка контрольной работы включает в себя поиск литературы, знакомство с ней, написание и оформление контрольной работы. Контрольная работа оформляется в соответствии с требованиями РД 013-2016 «Текстовые студенческие работы. Правила оформления» (https://knastu.ru/media/files/page_files/page_425/omk/rd/RD_013-2016_izm.3_3.pdf). Контрольная работа в оформленном виде должна включать: титульный лист, содержание, введение, основную часть с разбивкой на разделы (и, если необходимо, на подразделы), заключение, а также список использованных источников. Список должен включать, как правило, не менее пяти названий научной, научно-популярной литературы. Объем работы должен составлять от 10 до 15 страниц компьютерного набора на листах А4 с одной стороны шрифтом 14 через полтора интервала.</p>

В качестве опорного конспекта лекций используется учебник: Имиджелогия. Теория и практика: Учеб. пособие для студентов вузов Учебное пособие / Горчакова В.Г. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 335 с.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=872660>

Темы контрольных работ по дисциплине «Имиджелогия»

1.Формирование представлений об имидже в культуре второй полови-

ны XX в.

2. Предмет и законы имиджологии. Имиджология в системе ИМК.
3. Основные понятия имиджологии. Имиджмейкинг, имиджбилдинг.
4. Проблема соотношения имиджмейкинга и PR в разработке и поддержании имиджа: теоретический и прикладной аспекты.
5. Имидж как система и процесс. Формирование имидж-модели. Проблемы практической реализации имидж-модели.
6. Структура имиджа. Структурный подход к формированию имиджа.
7. Типология имиджей.
8. Функции персонального имиджа.
9. Функции имиджа организации. 10. Анализ имиджа конкретного исторического лица (власть, политика, искусство).
11. Генезис деятельности по формированию имиджа. Анализ имиджа социальноисторического типа (фараон, свободный гражданин, монах, рыцарь, буржуа и т.п.).
12. Эстетический аспект имиджа. Специфика эстетического компонента в имиджевом решении.
13. Психологический аспект персонального имиджа. Условия и предпосылки формирования эффективного персонального имиджа.
14. Профессиональные требования к имиджу (для конкретной профессии, см. примеры: бизнес-тренер, социальный работник).
15. Природные предпосылки формирования персонального имиджа.
16. Имидж делового человека. Проблемы формирования и поддержания персонального имиджа в бизнес-среде.
17. Проблема соотношения имиджевых и этикетных требований в бизнес-среде.
18. Роль корпоративной культуры в формировании имиджа фирмы.
19. Имидж как объект моделирования. Алгоритмы формирования имиджа.
20. Визуальное, вербальное, событийное, контекстное измерения имиджа.
21. Место «Я-концепции» в структуре персонального имиджа.
22. Инструментарий имиджологии. Типология средств создания имиджа. Условия и границы их применения и т.п.
23. Проблема соотношения субъекта и контекста в имиджевом решении.
24. Мифологизация как инструмент формирования имиджа (политика, шоу-бизнес, брендинг).

11 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Освоение дисциплины «Имиджелогия» основывается на активном использовании Microsoft Office в процессе изучения теоретических разделов дисциплины и подготовки к практическим занятиям. С целью повышения качества ведения образовательной деятельности в университете создана электронная информационно-образовательная среда. Она подразумевает организацию взаимодействия между обучающимися и преподавателями через систему личных кабинетов студентов, расположенных на официальном сайте университета в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» по адресу: <http://student.knastu.ru>

Созданная информационно-образовательная среда позволяет осуществлять:

- фиксацию хода образовательного процесса посредством размещения в личном кабинете студентов отчетов о выполненных заданиях;

- взаимодействие между участниками образовательного процесса посредством организации дистанционного консультирования по вопросам выполнения контрольной работы.

12 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для реализации программы дисциплины «Имиджелогия» используется материально-техническое обеспечение, перечисленное в таблице 7.

Таблица 11 – Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Наименование аудитории (лаборатории)	Используемое оборудование	Назначение оборудования
С выходом в интернет + локальное соединение	Мультимедийный класс	1 персональный ЭВМ с процессором	Проведение лекционных и практических занятий в виде презентаций

Тестовые задания для входного контроля

1. Имидж является:
 - А) Моделью поведения
 - Б) Рекламой
 - В) Способом самовыражения
 - Г) Демонстрацией намерения

2. Целью имиджа является:
 - А) Получение одобрения аудитории
 - Б) Получение прогнозируемого результата
 - В) Возможность самовыражения
 - Г) Возможность самоутверждения

3. Социальная группа, для которой создается имидж – это:
 - А) Реципиент имиджа
 - Б) Аудитория имиджа
 - В) Субъект имиджа
 - Г) Социум

4. Тип имиджа, отражающий наш идеал, то к чему мы стремимся:
 - А) Желаемый
 - Б) Текущий
 - В) Зеркальный
 - Г) Личностный

5. Тип имиджа, характеризующий систему представлений об образе конкретного человека:
 - А) Личностный
 - Б) Корпоративный
 - В) Текущий
 - Г) Зеркальный

6. Образ мыслей, интеллект, интересы, ценности, хобби относятся к составляющей имиджа:
 - А) Внутренней
 - Б) Внешней
 - В) Процессуальной
 - Г) Множественной

7. Внешние составляющие имиджа – это:

- А) Прическа
- Б) Интеллект
- В) Хобби
- Г) Голос

8. Внутренние составляющие имиджа – это:

- А) Прическа
- Б) Интеллект
- В) Хобби
- Г) Голос

9. Акт самовыражения и поведения, направленный на то, чтобы создать благоприятное впечатление, соответствующее чьим-либо идеалам:

- А) Самопрезентация
- Б) Стереотип
- В) Социальный статус
- Г) Функция имиджа

10. Как называется специалист по созданию имиджа?

- А) специалист по имиджу
- Б) имиджмейкер
- В) носитель имиджа

