

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования  
"САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ"

Кафедра № 62

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель направления

проф., д.э.н., проф.

(должность, уч. степень, звание)

К.В. Лосев

(инициалы, фамилия)

(подпись)

«22» июня 2023 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Имиджелогия»  
(Наименование дисциплины)

Код направления подготовки/ специальности	42.03.01
Наименование направления подготовки/ специальности	Реклама и связи с общественностью
Наименование направленности	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Форма обучения	заочная

Санкт-Петербург– 2022

Лист согласования рабочей программы дисциплины

Программу составил (а)

проф., д.э.н., проф.  
(должность, уч. степень, звание)

10.06.2023  
(подпись, дата)

К.В. Лосев  
(инициалы, фамилия)

Программа одобрена на заседании кафедры № 62  
«13» июня 2023 г, протокол № 11

Заведующий кафедрой № 62

д.э.н., проф.  
(уч. степень, звание)

13.06.2023  
(подпись, дата)

К.В. Лосев  
(инициалы, фамилия)

Ответственный за ОП ВО 42.03.01(02)

проф., д.э.н., проф.  
(должность, уч. степень, звание)

13.06.2023  
(подпись, дата)

К.В. Лосев  
(инициалы, фамилия)

Заместитель декана факультета №6 по методической работе

доц., к.п.н., доц.  
(должность, уч. степень, звание)

13.06.2023  
(подпись, дата)

И.М. Евдокимов  
(инициалы, фамилия)

## Аннотация

Дисциплина «Имиджелогия» входит в образовательную программу высшего образования – программу бакалавриата по направлению подготовки/ специальности 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленности «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере». Дисциплина реализуется кафедрой «№62».

Дисциплина нацелена на формирование у выпускника следующих компетенций:

ПК-2 «Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия корпоративной социальной ответственности»

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с участием в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры, организацией и проведением социологических исследований с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по повышению имиджа фирмы, организации, спецификой организаций и учреждений различных сфер при осуществлении PR и рекламных кампаний.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающегося.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов.

Язык обучения по дисциплине «русский».

## 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

1.1. Цель преподавания дисциплины – сформировать навыки применения основных механизмов и методов формирования имиджа, технологий самопрезентации для эффективного использования в процессе профессиональной деятельности выпускников.

1.2. Дисциплина входит в состав части, формируемой участниками образовательных отношений, образовательной программы высшего образования (далее – ОП ВО).

1.3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями или их частями. Компетенции и индикаторы их достижения приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Перечень компетенций и индикаторов их достижения

Категория (группа) компетенции	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Профессиональные компетенции	ПК-2 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия корпоративной социальной ответственности	ПК-2.3.1 знать основы корпоративной культуры, принципы социальной и корпоративной ответственности ПК-2.У.1 уметь принимать участие в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы ПК-2.В.1 владеть навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, разработки и реализации коммуникационного продукта, а также опираться на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности

## 2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина может базироваться на знаниях, ранее приобретенных обучающимися при изучении следующих дисциплин:

- «Основы проектной деятельности»;
- «Учебная профессионально-ознакомительная практика»;
- «Производственная профессионально-творческая практика»;
- «Маркетинг в профессиональной деятельности»;
- «Теория и практика рекламы»;
- «Дизайн в рекламе»;
- «Управление брендом средствами рекламы и связей с общественностью»;
- «Теория и практика рекламных и PR текстов»;
- «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)».

Знания, полученные при изучении материала данной дисциплины, имеют как самостоятельное значение, так и могут использоваться при изучении других дисциплин:

- «Производственная профессионально-творческая практика»;
- «Организация бизнеса»;
- «Технологии управления общественным мнением»;
- «Digital-технологии в рекламе и PR»;

- «Медиакоммуникации»;
- «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)».

### 3. Объем и трудоемкость дисциплины

Данные об общем объеме дисциплины, трудоемкости отдельных видов учебной работы по дисциплине (и распределение этой трудоемкости по семестрам) представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Объем и трудоемкость дисциплины

Вид учебной работы	Всего	Трудоемкость по семестрам
		№8
1	2	3
<b>Общая трудоемкость дисциплины, ЗЕ/ (час)</b>	4/ 144	4/ 144
<b>Из них часов практической подготовки</b>	8	8
<b>Аудиторные занятия, всего час.</b>	20	20
в том числе:		
лекции (Л), (час)	12	12
практические/семинарские занятия (ПЗ), (час)	8	8
лабораторные работы (ЛР), (час)		
курсовой проект (работа) (КП, КР), (час)		
экзамен, (час)	9	9
<b>Самостоятельная работа, всего (час)</b>	115	115
<b>Вид промежуточной аттестации:</b> зачет, дифф. зачет, экзамен (Зачет, Дифф. зач, Экз.**)	Экз.	Экз.

Примечание: \*\* кандидатский экзамен

### 4. Содержание дисциплины

4.1. Распределение трудоемкости дисциплины по разделам и видам занятий.  
Разделы, темы дисциплины и их трудоемкость приведены в таблице 3.

Таблица 3 – Разделы, темы дисциплины, их трудоемкость

Разделы, темы дисциплины	Лекции (час)	ПЗ (СЗ) (час)	ЛР (час)	КП (час)	СРС (час)
Семестр 8					
<b>Раздел 1. Общие положения имиджологии</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	-	-	<b>40</b>
Тема 1. Имидж как историко-культурный феномен	1	0,5	-	-	10
Тема 2. Имиджология: сущность и специфика	1	0,5	-	-	10
Тема 3. Имидж личности: ведущие типы и элементы	1	0,5	-	-	10
Тема 4. Антропологическая компетентность менеджера	1	0,5	-	-	10
<b>Раздел 2. Технология имиджирования</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	-	-	<b>91</b>
Тема 5. Технологии построения имиджа	1	1	-	-	12
Тема 6. Формирование имиджа организации	2	1	-	-	12
Тема 7. Формирование имиджа региона	1	1	-	-	12
Тема 8. Имидж в различных сферах деятельности	2	1	-	-	13

Тема 9. Закономерности создания имиджэффекта	1	1	-	-	13
Тема 10. Специфика работы имиджмейкера	1	1	-	-	13
Итого в семестре:	12	8	-	-	115
Итого	12	8	0	0	115

Практическая подготовка заключается в непосредственном выполнении обучающимися определенных трудовых функций, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

#### 4.2. Содержание разделов и тем лекционных занятий.

Содержание разделов и тем лекционных занятий приведено в таблице 4.

Таблица 4 – Содержание разделов и тем лекционного цикла

Номер раздела	Название и содержание разделов и тем лекционных занятий
<b>1</b>	<p>Тема 1. Имидж как историко-культурный феномен. Имидж: рождение понятия. Взаимосвязь имиджа и художественного образа. Имидж в истории. Имидж в структуре коммуникативного пространства. Современные коммуникационные технологии, используемые в создании имиджа. Типы имиджей.</p> <p>Тема 2. Имиджелогия: сущность и специфика. Антропологическая основа имиджелогии. Философия имиджелогии. Имидж как новое научное направление. Теоретические аспекты самопрезентации.</p> <p>Тема 3. Имидж личности: ведущие типы и элементы. Психология восприятия прямой и косвенной имиджформирующей информации. Знаки имиджа: положительный и отрицательный. Виды имиджа: личностный и профессиональный. Элементы личностного имиджа: средовый, габитарный, вербальный, кинетический, овеществленный.</p> <p>Тема 4. Антропологическая компетентность менеджера. Философия конвергентного менеджмента. Управленческая ортобиотика. Управленческая риторика. Управленческая имиджелогия. Основные ошибки в построении делового имиджа.</p>
<b>2</b>	<p>Тема 5. Технологии построения имиджа. Позиционирование как основная стратегия построения имиджа. Мифы и символы в имиджелогии. Формирование мнения: сознательная и бессознательная компоненты. Виды информации и каналы ее распространения, существенные для построения имиджа. Основные принципы и этапы формирования имиджа.</p>

	<p>Тема 6. Формирование имиджа организации. Понятие имиджа и репутации организации. Роль философии фирмы в создании ее образа в общественном мнении. Имидж и паблисити. Функции и основные компоненты корпоративного имиджа. Компоненты фирменного стиля. Методы создания корпоративных ПР-обращений.</p> <p>Тема 7. Формирование имиджа региона. Понятие имиджа и репутации региона. Бренд региона. Структура имиджа региона, цели и задачи построения. Этапы формирования имиджевой кампании.</p> <p>Тема 8. Имидж в различных сферах деятельности. Специфика имиджа в государственном управлении, дипломатии, политике. Имидж в искусстве, культуре и шоу-бизнесе. Имидж в рекламе и PR-деятельности. Имидж различных субкультур. Инструментарии личного контакта в различных типах имиджа.</p> <p>Тема 9. Закономерности создания имиджэффекта. Общественное настроение и социальный стереотип. Стихийное и целенаправленное формирование имиджа. Приемы создания имиджэффекта (использование фасцинации, аттракции и др.). Роль средств массовой информации в создании эффективного имиджа.</p> <p>Тема 10. Специфика работы имиджмейкера. Профессиональные обязанности имиджмейкера, особенности построения взаимоотношений с клиентом. Профессиональная этика имиджмейкера и проблемы, связанные с ее нарушением. Проблемы управления массовым сознанием и поведением в работе имиджмейкера.</p>
--	---

#### 4.3. Практические (семинарские) занятия

Темы практических занятий и их трудоемкость приведены в таблице 5.

Таблица 5 – Практические занятия и их трудоемкость

№ п/п	Темы практических занятий	Формы практических занятий	Трудоемкость, (час)	Из них практической подготовки, (час)	№ раздела дисциплины
Семестр 8					
1	Тема 1. Имидж как историко-культурный феномен	Дискуссия, кейс-метод	0,5	0,5	1
2	Тема 2. Имиджелогия: сущность и специфика	Дискуссия, кейс-метод	0,5	0,5	1

3	Тема 3. Имидж личности: ведущие типы и элементы	Дискуссия, кейс-метод	0,5	0,5	1
4	Тема 4. Антропологическая компетентность менеджера	Дискуссия, кейс-метод	0,5	0,5	1
5	Тема 5. Технологии построения имиджа	Дискуссия, кейс-метод	1	1	2
6	Тема 6. Формирование имиджа организации	Дискуссия, кейс-метод	1	1	2
	Тема 7. Формирование имиджа региона	Дискуссия, кейс-метод	1	1	2
	Тема 8. Имидж в различных сферах деятельности	Дискуссия, кейс-метод	1	1	2
	Тема 9. Закономерности создания имиджэффекта	Дискуссия, кейс-метод	1	1	2
	Тема 10. Специфика работы имиджмейкера	Дискуссия, кейс-метод	1	1	2
Всего			8	8	

#### 4.4. Лабораторные занятия

Темы лабораторных занятий и их трудоемкость приведены в таблице 6.

Таблица 6 – Лабораторные занятия и их трудоемкость

№ п/п	Наименование лабораторных работ	Трудоемкость, (час)	Из них практической подготовки, (час)	№ раздела дисциплины
Учебным планом не предусмотрено				
Всего				

#### 4.5. Курсовое проектирование/ выполнение курсовой работы

Учебным планом не предусмотрено

#### 4.6. Самостоятельная работа обучающихся

Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость приведены в таблице 7.

Таблица 7 – Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость

Вид самостоятельной работы	Всего, час	Семестр 8, час
1	2	3
Изучение теоретического материала дисциплины (ТО)	60	60
Подготовка к текущему контролю успеваемости (ТКУ)	10	10

Контрольные работы заочников (КРЗ)	30	30
Подготовка к промежуточной аттестации (ПА)	15	15
Всего:	115	115

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

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся указаны в п.п. 7-11.

6. Перечень печатных и электронных учебных изданий

Перечень печатных и электронных учебных изданий приведен в таблице 8.

Таблица 8– Перечень печатных и электронных учебных изданий

Шифр/ URL адрес	Библиографическая ссылка	Количество экземпляров в библиотеке (кроме электронных экземпляров)
<a href="https://znanium.com/catalog/product/1839597">https://znanium.com/catalog/product/1839597</a>	Вемь, А. Имидж — путь к успеху : научно-популярное издание / А. Вемь. - Санкт-Петербург : Питер, 2010. - 160 с. - (Сам себе психолог). - ISBN 978-5-49807-900-4.	
<a href="https://znanium.com/catalog/product/991819">https://znanium.com/catalog/product/991819</a>	Филиппова, С. Ю. Имидж коммерсанта: правовое регулирование и способы охраны: Пособие / Филиппова С.Ю., Харитонова Ю.С. - Москва :Статут, 2018. - 288 с.: ISBN 978-5-8354-1423-9.	
<a href="https://znanium.com/catalog/product/364937">https://znanium.com/catalog/product/364937</a>	Кошлякова, М. О. Имидж в системе интернет / М. О. Кошлякова. - Текст : электронный // Znanium.com. - 2017. - №1-12.	
<a href="https://znanium.com/catalog/product/1093679">https://znanium.com/catalog/product/1093679</a>	Шарков, Ф. И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - 5-е изд., стер. - Москва : Издательско-	

	торговая корпорация «Дашков и К <sup>о</sup> », 2020. — 270 с. - ISBN 978-5-394-03640-8.	
<a href="https://znanium.com/catalog/product/1039478">https://znanium.com/catalog/product/1039478</a>	Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд : учеб. пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2016. — 159 с. — (Учебник нового поколения). - ISBN 978-5-7567-0819-6.	
<a href="https://znanium.com/catalog/product/1041245">https://znanium.com/catalog/product/1041245</a>	Андреева, С.В. Имиджелогия : конспект лекций для студентов, обучающихся по направлению подготовки 51.03.03 «Социально-культурная деятельность», профиль «Постановка и продюсирована культурно-досуговых программ», квалификация (степень) выпускника «бакалавр» / С.В. Андреева. - Кемерово : КемГИК, 2017. - 72 с. - ISBN 978-5-8154-0400-7.	
<a href="https://znanium.com/catalog/product/504923">https://znanium.com/catalog/product/504923</a>	Чуланова, О.Л. Имиджелогия [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособие / О.Л. Чуланова; Сургут, гос. ун-т. - Сургут: Изд-во СурГУ, 2007. - 264 с. - ISBN 5-89545-235-3.	

7. Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины приведен в таблице 9.

Таблица 9 – Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

URL адрес	Наименование
<a href="http://lib.aanet.ru/">http://lib.aanet.ru/</a>	Электронные ресурсы ГУАП
<a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a>	ЭБС «Лань»
<a href="http://znanium.com/">http://znanium.com/</a>	ЭБС «ZNANIUM»

## 8. Перечень информационных технологий

8.1. Перечень программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.

Перечень используемого программного обеспечения представлен в таблице 10.

Таблица 10– Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование
1	Microsoft Windows, Microsoft Office

8.2. Перечень информационно-справочных систем, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень используемых информационно-справочных систем представлен в таблице 11.

Таблица 11– Перечень информационно-справочных систем

№ п/п	Наименование
1	ЭБС ZNANIUM
2	ЭБС «Лань»

## 9. Материально-техническая база

Состав материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине, представлен в таблице 12.

Таблица 12 – Состав материально-технической базы

№ п/п	Наименование составной части материально-технической базы	Номер аудитории (при необходимости)
1	Учебная аудитории для проведения занятий лекционного типа – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, набором демонстрационного оборудования и учебно-наглядными пособиями, обеспечивающими тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин (модулей).	
2	Учебная аудитории для проведения занятий семинарского типа - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.	
3	Помещение для самостоятельной работы – укомплектовано специализированной (учебной) мебелью, оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечено доступом в электронную информационно-образовательную среду организации	
4	Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления	

учебной информации.	
---------------------	--

## 10. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

10.1. Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине приведен в таблице 13.

Таблица 13 – Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Вид промежуточной аттестации	Перечень оценочных средств
Экзамен	Список вопросов к экзамену

10.2. В качестве критериев оценки уровня сформированности (освоения) компетенций обучающимися применяется 5-балльная шкала оценки сформированности компетенций, которая приведена в таблице 14. В течение семестра может использоваться 100-балльная шкала модульно-рейтинговой системы Университета, правила использования которой, установлены соответствующим локальным нормативным актом ГУАП.

Таблица 14 – Критерии оценки уровня сформированности компетенций

Оценка компетенции 5-балльная шкала	Характеристика сформированных компетенций
«отлично» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> <li>– обучающийся глубоко и всесторонне усвоил программный материал;</li> <li>– уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает;</li> <li>– опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью направления;</li> <li>– умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи;</li> <li>– делает выводы и обобщения;</li> <li>– свободно владеет системой специализированных понятий.</li> </ul>
«хорошо» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> <li>– обучающийся твердо усвоил программный материал, грамотно и по существу излагает его, опираясь на знания основной литературы;</li> <li>– не допускает существенных неточностей;</li> <li>– увязывает усвоенные знания с практической деятельностью направления;</li> <li>– аргументирует научные положения;</li> <li>– делает выводы и обобщения;</li> <li>– владеет системой специализированных понятий.</li> </ul>
«удовлетворительно» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> <li>– обучающийся усвоил только основной программный материал, по существу излагает его, опираясь на знания только основной литературы;</li> <li>– допускает несущественные ошибки и неточности;</li> <li>– испытывает затруднения в практическом применении знаний направления;</li> <li>– слабо аргументирует научные положения;</li> <li>– затрудняется в формулировании выводов и обобщений;</li> <li>– частично владеет системой специализированных понятий.</li> </ul>
«неудовлетворительно» «не зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> <li>– обучающийся не усвоил значительной части программного материала;</li> <li>– допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении проблем в конкретном направлении;</li> <li>– испытывает трудности в практическом применении знаний;</li> <li>– не может аргументировать научные положения;</li> <li>– не формулирует выводов и обобщений.</li> </ul>

10.3. Типовые контрольные задания или иные материалы.

Вопросы (задачи) для экзамена представлены в таблице 15.

Таблица 15 – Вопросы (задачи) для экзамена

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для экзамена	Код индикатора
1.	Имиджелогия как теоретическая и практическая дисциплина.	ПК-2.3.1
2.	Исторический аспект имиджелогии.	ПК-2.У.1
3.	Назначение мероприятий имиджмейкинга.	ПК-2.В.1
4.	Имидж – центральная категория имиджелогии. Различные подходы к его пониманию.	ПК-2.3.1
5.	Объекты формирования имиджа.	ПК-2.У.1
6.	Функции имиджа: различные подходы к определению сущности функций имиджа.	ПК-2.В.1
7.	Типы имиджа: классификации, особенности каждого из типов имиджа.	ПК-2.3.1
8.	Психологические приемы привлечения и удержания внимания аудитории при установлении имидж-контакта.	ПК-2.У.1
9.	Формирование установки на доверие (недоверие) со стороны аудитории воздействия имиджа.	ПК-2.В.1
10.	Использование психологических особенностей отдельных социальных групп при создании имиджа.	ПК-2.3.1
11.	Использование общих особенностей восприятия аудитории при создании имиджа.	ПК-2.У.1
12.	Использование специфических навыков коммуникации при создании и трансляции имиджа.	ПК-2.В.1
13.	Стереотип – обобщенное представление об окружающей действительности.	ПК-2.3.1
14.	Роль положительных и отрицательных стереотипов в жизни социума.	ПК-2.У.1
15.	Стереотип и потребность.	ПК-2.В.1
16.	Имидж и стереотип: общее и различное.	ПК-2.3.1
17.	Специфика конструирования имиджа с учетом существующих в данном обществе стереотипов.	ПК-2.У.1
18.	Позиционирование объекта в процессе формирования имиджа.	ПК-2.В.1
19.	Манипуляция как способ коммуникативного воздействия имиджа.	ПК-2.3.1
20.	Мифологизация и эмоционализация объекта.	ПК-2.У.1
21.	Акцентуация информации в имидже.	ПК-2.В.1
22.	Назначение метафоризации, визуализации и дистанцирования в инструментарии имиджелогии.	ПК-2.3.1
23.	Управление средствами массовой информации и информацией для создания и поддержания имиджа.	ПК-2.У.1
24.	Формирование собственного информационного потока в имиджировании.	ПК-2.В.1
25.	Сегментирование информационного потока, манипулирование информацией в управлении имиджем.	ПК-2.3.1
26.	Приоритетная поставка информации, информационное партнерство	ПК-2.У.1
27.	Оптимизация формы и стиля подачи информационных материалов при управлении имиджем.	ПК-2.В.1
28.	Создание и усиление новости для мероприятий	ПК-2.3.1

	имиджирования.	
29.	Имидж как фактор коммерческого успеха предприятия.	ПК-2.У.1
30.	Специфика имиджа как атрибута предприятия.	ПК-2.В.1
31.	Структура корпоративного имиджа предприятия.	ПК-2.З.1
32.	Этапы формирования корпоративного имиджа предприятия.	ПК-2.У.1
33.	Имиджелогия: сущность и специфика.	ПК-2.В.1
34.	Антропологическая основа имиджелогии.	ПК-2.З.1
35.	Философия имиджелогии.	ПК-2.У.1
36.	Имидж как новое научное направление.	ПК-2.В.1
37.	Теоретические аспекты самопрезентации.	ПК-2.З.1

Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета представлены в таблице 16.

Таблица 16 – Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для зачета / дифф. зачета	Код индикатора
	Учебным планом не предусмотрено	

Перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы представлены в таблице 17.

Таблица 17 – Перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы

№ п/п	Примерный перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы
	Учебным планом не предусмотрено

Вопросы для проведения промежуточной аттестации в виде тестирования представлены в таблице 18.

Таблица 18 – Примерный перечень вопросов для тестов

№ п/п	Примерный перечень вопросов для тестов	Код индикатора
	Не предусмотрено	

Перечень тем контрольных работ по дисциплине обучающихся заочной формы обучения, представлены в таблице 19.

Таблица 19 – Перечень контрольных работ

№ п/п	Перечень контрольных работ
1	<b>Вариант 1</b> Формирование представлений об имидже в культуре второй половины XX в. Нейтрализация последствий воздействия «черного» PR средствами имиджбилдинга. Придумайте конкретный текст о собственной незаурядности в виде «Позитивных утверждений своего имиджа и его духовного, этического, эстетического и др. содержания».
2	<b>Вариант 2</b> Предмет и законы имиджелогии. Основные понятия имиджелогии. Анализ имиджа конкретного исторического лица (власть, политика, искусство). Придумайте конкретный текст о собственной незаурядности в виде «Позитивных утверждений своего имиджа и его духовного, этического, эстетического и др. содержания».
3	<b>Вариант 3</b> Имидж как система и процесс. Проблемы практической реализации имидж-модели. Структура имиджа. Структурный подход к формированию имиджа. Проблемы

	практической реализации имидж-модели. Придумайте конкретный текст о собственной незаурядности в виде «Позитивных утверждений своего имиджа и его духовного, этического, эстетического и др. содержания».
4	<b>Вариант 4</b> Типология имиджей. Функции персонального имиджа. На примере имиджа специалиста по связи с общественностью. Придумайте конкретный текст о собственной незаурядности в виде «Позитивных утверждений своего имиджа и его духовного, этического, эстетического и др. содержания».
5	<b>Вариант 5</b> Функции имиджа организации. Духовная содержание личности как основа имиджа. Анализ конкретной исторической личности (по выбору). Придумайте конкретный текст о собственной незаурядности в виде «Позитивных утверждений своего имиджа и его духовного, этического, эстетического и др. содержания».
6	<b>Вариант 6</b> Эстетический аспект имиджа. Специфика эстетического компонента в имиджевом решении. Генезис деятельности по формированию имиджа. Анализ имиджа социально-исторического типа (фараон, свободный гражданин, монах, рыцарь, буржуа и т. п.). Придумайте конкретный текст о собственной незаурядности в виде «Позитивных утверждений своего имиджа и его духовного, этического, эстетического и др. содержания».
7	<b>Вариант 7</b> Психологический аспект персонального имиджа. Природные предпосылки формирования персонального имиджа. Условия и предпосылки формирования эффективного персонального имиджа. Профессиональные требования к имиджу (для конкретной профессии: социальный работник, менеджер и др.). Придумайте конкретный текст о собственной незаурядности в виде «Позитивных утверждений своего имиджа и его духовного, этического, эстетического и др. содержания».
8	<b>Вариант 8</b> Имидж политика: теоретические проблемы, методы анализа. Имидж делового человека. Проблемы формирования и поддержания персонального имиджа в профессиональной деятельности. Придумайте конкретный текст о собственной незаурядности в виде «Позитивных утверждений своего имиджа и его духовного, этического, эстетического и др. содержания».
9	<b>Вариант 9</b> Имидж как объект моделирования. Алгоритмы формирования имиджа и инструментарий имиджелогии. Типология средств создания имиджа, условия и границы их применения. Анализ инструментов управления имиджем. Управление имиджем (на примере организации или персоны). Придумайте конкретный текст о собственной незаурядности в виде «Позитивных утверждений своего имиджа и его духовного, этического, эстетического и др. содержания».
10	<b>Вариант 10</b> Роль корпоративной культуры в формировании имиджа организации. Проблемы создания и восприятия имиджа в шоу-бизнесе. Специфика имиджа в шоу-бизнесе. Анализ имиджа конкретного исторического лица в шоу-бизнесе (на выбор). Придумайте конкретный текст о собственной незаурядности в виде «Позитивных утверждений своего имиджа и его духовного, этического, эстетического и др. содержания».
11	<b>Вариант 11</b>

	Инструментарий имиджелогии. Типология средств создания имиджа. Условия и границы их применения и т. п. «Я-концепция» в структуре персонального имиджа. Визуальное, вербальное, событийное, контекстное измерения имиджа. Придумайте конкретный текст о собственной незаурядности в виде «Позитивных утверждений своего имиджа и его духовного, этического, эстетического и др. содержания».
12	<b>Вариант 12</b> Проблема соотношения субъекта и контекста в имиджевом решении. Мифологизация как инструмент формирования имиджа (политика, шоу-бизнес, брендинг). Анализ конкретного явления или личности (по выбору). Придумайте конкретный текст о собственной незаурядности в виде «Позитивных утверждений своего имиджа и его духовного, этического, эстетического и др. содержания».
13	<b>Вариант 13</b> Роль стереотипов в создании и восприятии имиджа. Проблема визуализации имиджа. Имидж женщины (политика, бизнес и т. п.) на примере сравнения двух женских персоналий (по выбору). Придумайте конкретный текст о собственной незаурядности в виде «Позитивных утверждений своего имиджа и его духовного, этического, эстетического и др. содержания».
14	<b>Вариант 14</b> Соотношение корпоративной философии и корпоративного имиджа: теоретический и прикладной аспекты. Роль цвета в создании имиджа. (пример: роль цвета в создании имиджа ювелирной компании и др.). Придумайте конкретный текст о собственной незаурядности в виде «Позитивных утверждений своего имиджа и его духовного, этического, эстетического и др. содержания».
15	<b>Вариант 15</b> Социальный имидж организации. Актуальность данного имиджа в современных социально-экономических условиях. Имидж общественного (религиозного) движения. Анализ конкретного общественного движения с учетом исторического контекста (по выбору). Придумайте конкретный текст о собственной незаурядности в виде «Позитивных утверждений своего имиджа и его духовного, этического, эстетического и др. содержания».
16	<b>Вариант 16</b> Корпоративный имидж: сущность, функции, структура, стратегия формирования. Роль жестов и мимики в построении и восприятии имиджа. Анализ имиджа конкретного лица (по выбору). Придумайте конкретный текст о собственной незаурядности в виде «Позитивных утверждений своего имиджа и его духовного, этического, эстетического и др. содержания».
17	<b>Вариант 17</b> Социальный имидж организации: анализ конкретной организации. Проблемы создания и восприятия имиджа в шоу-бизнесе. Специфика имиджа в шоу-бизнесе. Анализ имиджа конкретного исторического лица в шоу-бизнесе (на выбор). Придумайте конкретный текст о собственной незаурядности в виде «Позитивных утверждений своего имиджа и его духовного, этического, эстетического и др. содержания».
18	<b>Вариант 18</b> Имидж в публичной политике. Трансляция методов создания имиджа политика из смежных сфер (бизнес, шоу-бизнес и т. п.). Имидж и мода. Проблема продвижения модных образцов средствами PR и имиджмейкинга. Имидж лидеров моды на разных исторических этапах на примере Chanel, Dior и др. Придумайте конкретный текст о собственной незаурядности в виде «Позитивных утверждений своего имиджа и его духовного, этического, эстетического и др. содержания».
19	<b>Вариант 19</b> Роль аудитории (обратной связи с аудиторией) в формировании (управлении)

	<p>имиджа.  Имидж персонала: содержание и пути формирования (на примере Сбербанка или по выбору).  Придумайте конкретный текст о собственной незаурядности в виде «Позитивных утверждений своего имиджа и его духовного, этического, эстетического и др. содержания».</p>
20	<p><b>Вариант 20</b>  Имидж политического лидера. Соотношение общего и индивидуального в имидже политического лидера на конкретном примере (по выбору).  Имидж творческого человека: необходимые элементы, стратегии продвижения (на конкретном примере по выбору).  Придумайте конкретный текст о собственной незаурядности в виде «Позитивных утверждений своего имиджа и его духовного, этического, эстетического и др. содержания».</p>

10.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания индикаторов, характеризующих этапы формирования компетенций, содержатся в локальных нормативных актах ГУАП, регламентирующих порядок и процедуру проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ГУАП.

#### 11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

11.1. Методические указания для обучающихся по освоению лекционного материала

Основное назначение лекционного материала – логически стройное, системное, глубокое и ясное изложение учебного материала. Назначение современной лекции в рамках дисциплины не в том, чтобы получить всю информацию по теме, а в освоении фундаментальных проблем дисциплины, методов научного познания, новейших достижений научной мысли. В учебном процессе лекция выполняет методологическую, организационную и информационную функции. Лекция раскрывает понятийный аппарат конкретной области знания, её проблемы, дает цельное представление о дисциплине, показывает взаимосвязь с другими дисциплинами.

Планируемые результаты при освоении обучающимися лекционного материала:

- получение современных, целостных, взаимосвязанных знаний, уровень которых определяется целевой установкой к каждой конкретной теме;
- получение опыта творческой работы совместно с преподавателем;
- развитие профессионально-деловых качеств, любви к предмету и самостоятельного творческого мышления.
- появление необходимого интереса, необходимого для самостоятельной работы;
- получение знаний о современном уровне развития науки и техники и о прогнозе их развития на ближайшие годы;
- научиться методически обрабатывать материал (выделять главные мысли и положения, приходить к конкретным выводам, повторять их в различных формулировках);
- получение точного понимания всех необходимых терминов и понятий.

Лекционный материал может сопровождаться демонстрацией слайдов и использованием раздаточного материала при проведении коротких дискуссий об особенностях применения отдельных тематик по дисциплине.

Во время первой аттестации (середина семестра) и второй аттестации (конец семестра) преподавателем проводится проверка конспектов лекций в целях контроля понимания текста лекций и навыков конспектирования, а также в целях рейтинговой оценки студентов (как одной из её составляющих).

## 11.2. Методические указания для обучающихся по прохождению практических занятий

Практическое занятие является одной из основных форм организации учебного процесса, заключающаяся в выполнении обучающимися под руководством преподавателя комплекса учебных заданий с целью усвоения научно-теоретических основ учебной дисциплины, приобретения умений и навыков, опыта творческой деятельности.

Целью практического занятия для обучающегося является привитие обучающимся умений и навыков практической деятельности по изучаемой дисциплине.

Планируемые результаты при освоении обучающимся практических занятий:

- закрепление, углубление, расширение и детализация знаний при решении конкретных задач;
- развитие познавательных способностей, самостоятельности мышления, творческой активности;
- овладение новыми методами и методиками изучения конкретной учебной дисциплины;
- выработка способности логического осмысления полученных знаний для выполнения заданий;
- обеспечение рационального сочетания коллективной и индивидуальной форм обучения.

Практические занятия выполняются в нескольких форматах, а именно проведение групповой дискуссии, кейса и деловой игры.

Деловая игра позволяет смитировать рабочий процесс, провести его моделирование. Студенты получают задание от преподавателя и должны постараться создать упрощенное воспроизведение реальной производственной ситуации в области маркетинга на определенную тематику. Перед студентами деловой игры ставятся задачи.

Применение деловых игр позволяет отработать профессиональные навыки студентов и дает возможность оценить:

- уровень владения этими навыками;
- особенности мыслительных процессов (стратегическое, тактическое, аналитическое мышление, умение прогнозировать ситуацию, умение принимать решения и пр.);
- уровень коммуникативных навыков;
- личностные качества участников.

Групповая дискуссия позволяет создать совместное обсуждение какого-либо спорного вопроса на заданную тематику, позволяющее прояснить (возможно, изменить) мнения, позиции и установки участников группы в процессе непосредственного общения.

Применение кейсов означает применение деловой игры в миниатюре, поскольку это сочетает в себе профессиональную деятельность с игровой. Сущность проведения данного практического занятия в таком формате состоит в том, что учебный материал подается обучаемым в виде микро-проблем, а знания приобретаются в результате их активной исследовательской и творческой деятельности по разработке решений.

## 11.3. Методические указания для обучающихся по прохождению самостоятельной работы

В ходе выполнения самостоятельной работы, обучающийся выполняет работу по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Для обучающихся по заочной форме обучения, самостоятельная работа может включать в себя контрольную работу.

В процессе выполнения самостоятельной работы, у обучающегося формируется целесообразное планирование рабочего времени, которое позволяет им развивать умения

и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, помогает получить навыки повышения профессионального уровня.

Методическими материалами, направляющими самостоятельную работу обучающихся являются:

- учебно-методический материал по дисциплине;
- методические указания по выполнению контрольных работ (для обучающихся по заочной форме обучения).

Предусмотрены следующие формы самостоятельной работы: Изучение теоретического материала дисциплины (ТО); Подготовка к текущему контролю успеваемости (ТКУ); Контрольные работы заочников (КРЗ); Подготовка к промежуточной аттестации (ПА). Указания для ТКУ и ПА смотри в следующем пункте.

Объём и сроки освоения ТО определяются преподавателем, исходя из скорости усвоения студентом лекционного материала. В качестве ДЗ используются: чтение и конспектирование дополнительной литературы (выбор литературы осуществляет преподаватель исходя из понимания личного прогресса конкретного студента); ознакомление с аудиовизуальными материалами, презентующими (или репрезентирующими) текущую тему учебного курса.

Перечень контрольных работ представлен в таблице 19 данной РПД.

Контрольная работа сдается преподавателю только в печатном виде. Текст набирается на одной стороне стандартной белой бумаги (А 4) в формате Microsoft Word шрифтом Times New Roman (обычный) с полуторным междустрочным интервалом. Размер шрифта — 14. Параметры страницы — 2 см (верхнее и нижнее поля), левое поле — 3 см, правое — 1,5 см. Отступ в абзацах с помощью «табуляции». Текст должен быть выровнен «по ширине».

11.4. Методические указания для обучающихся по прохождению текущего контроля успеваемости.

Текущий контроль проводится в течение семестра по итогам выполнения контрольных работ, участия в семинарских и практических занятиях, коллоквиумах, подготовке докладов, рефератов, эссе и т.д. Текущий контроль успеваемости студентов является постоянным, осуществляется в течение семестра, в ходе повседневной учебной работы преимущественно посредством реализации проведения внутрисеместровых аттестаций.

Критерии оценки письменной работы:

– оценка «**зачтено**» выставляется студенту, если в представленной работе раскрыта тема, представлены различные позиции и взгляды на проблему, теоретические посылы подтверждены примерами, содержание четко структурировано, при написании работы использовался широкий круг источников, к которым в тексте работы имеются отсылки.

– оценка «**не зачтено**» выставляется студенту, если в представленной работе не раскрыта тема, материал излагается непоследовательно, нет четкой структуры, не представлены различные позиции и взгляды на проблему, теоретические посылы не подтверждены примерами, при написании работы использовался ограниченный круг источников, в тексте работы отсутствуют ссылки.

11.5. Методические указания для обучающихся по прохождению промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация обучающихся предусматривает оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине. Она включает в себя:

– экзамен – форма оценки знаний, полученных обучающимся в процессе изучения всей дисциплины или ее части, навыков самостоятельной работы, способности применять их для решения практических задач. Экзамен, как правило, проводится в период экзаменационной сессии и завершается аттестационной оценкой «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Основная форма проведения экзамена – устный ответ на вопросы, которые представлены в таблице 15 данной РПД.

Система оценок при проведении промежуточной аттестации осуществляется в соответствии с требованиями Положений «О текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов ГУАП, обучающихся по программам высшего образования».

Лист внесения изменений в рабочую программу дисциплины

Дата внесения изменений и дополнений. Подпись внесшего изменения	Содержание изменений и дополнений	Дата и № протокола заседания кафедры	Подпись зав. кафедрой