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

Кафедра № 62

УТВЕРЖДАЮ
Ответственный за образовательную программу

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

К.В. Лосев
(инициалы, фамилия)

(подпись)
«27» июня 2024 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	очная
Год приема	2024

Санкт-Петербург– 2024

Лист согласования рабочей программы дисциплины

Программу составил (а)

проф.,д.э.н.,проф.	11.06.2024	К.В. Лосев
(должность, уч. степень, звание)	(подпись, дата)	(инициалы, фамилия)

Программа одобрена на заседании кафедры № 62
«11» июня 2024 г, протокол № 10

Заведующий кафедрой № 62

д.э.н.,проф.	11.06.2024	К.В. Лосев
(уч. степень, звание)	(подпись, дата)	(инициалы, фамилия)

Заместитель декана факультета №6 по методической работе

проф.,д.и.н.,доц.	11.06.2024	Л.Ю. Гусман
(должность, уч. степень, звание)	(подпись, дата)	(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 4 зачетных единицы, 144 часа.

Язык обучения по дисциплине «русский».

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

1.1. Цели 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.З.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
		№6
1	2	3
Общая трудоемкость дисциплины, ЗЕ/ (час)	4/ 144	4/ 144
Из них часов практической подготовки	17	17
Аудиторные занятия, всего час.	51	51
в том числе:		
лекции (Л), (час)	34	34
практические/семинарские занятия (ПЗ), (час)	17	17
лабораторные работы (ЛР), (час)		
курсовой проект (работа) (КП, КР), (час)		
экзамен, (час)	36	36
Самостоятельная работа, всего (час)	57	57
***Вид промежуточной аттестации*:** 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 6					
Раздел 1. Общие положения имиджелогии	**12**	**6**	**-**	**-**	**19**
Тема 1. Имидж как историко-культурный феномен	3	1,5	-	-	5
Тема 2. Имиджелогия: сущность и специфика	3	1,5	-	-	5
Тема 3. Имидж личности: ведущие типы и элементы	3	1,5	-	-	5
Тема 4. Антропологическая компетентность менеджера	3	1,5	-	-	4
Раздел 2. Технология имиджирования	**22**	**11**	**-**	**-**	**38**
Тема 5. Технологии построения имиджа	3	1,5	-	-	9
Тема 6. Формирование имиджа организации	3	1,5	-	-	9
Тема 7. Формирование имиджа региона	4	2	-	-	5
Тема 8. Имидж в различных сферах деятельности	4	2	-	-	5
Тема 9. Закономерности создания имиджэффекта	4	2	-	-	5

Тема 10. Специфика работы имиджмейкера	4	2	-	-	5
Итого в семестре:	34	17	-	-	57
Итого	34	17	0	0	57

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
1	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. Тема 2. Имиджелогия: сущность и специфика. Антропологическая основа имиджелогии. Философия имиджелогии. Имидж как новое научное направление. Теоретические аспекты самопрезентации. 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. Тема 4. Антропологическая компетентность менеджера. Философия конвергентного менеджмента. Управленческая ортобиотика. Управленческая риторика. Управленческая имиджелогия. Основные ошибки в построении делового имиджа.
2	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. 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. Тема 7. Формирование имиджа региона. Понятие имиджа и репутации региона. Бренд региона. Структура имиджа региона, цели и задачи построения. Этапы формирования имиджевой кампании. 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. 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. 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.

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 6					
1	Тема 1. Имидж как историко-культурный феномен	Дискуссия, кейс-метод	1,5	1,5	1
2	Тема 2. Имиджелогия: сущность и специфика	Дискуссия, кейс-метод	1,5	1,5	1
3	Тема 3. Имидж	Дискуссия, кейс-	1,5	1,5	1

	личности: ведущие типы и элементы	метод			
4	Тема 4. Антропологическая компетентность менеджера	Дискуссия, кейс-метод	1,5	1,5	1
5	Тема 5. Технологии построения имиджа	Дискуссия, кейс-метод	1,5	1,5	2
6	Тема 6. Формирование имиджа организации	Дискуссия, кейс-метод	1,5	1,5	2
	Тема 7. Формирование имиджа региона	Дискуссия, кейс-метод	2	2	2
	Тема 8. Имидж в различных сферах деятельности	Дискуссия, кейс-метод	2	2	2
	Тема 9. Закономерности создания имиджэффекта	Дискуссия, кейс-метод	2	2	2
	Тема 10. Специфика работы имиджмейкера	Дискуссия, кейс-метод	2	2	2
Всего			17	17	

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 6, час
1	2	3
Изучение теоретического материала	20	20

дисциплины (ТО)		
Курсовое проектирование (КП, КР)	-	-
Расчетно-графические задания (РГЗ)	-	-
Выполнение реферата (Р)	-	-
Подготовка к текущему контролю успеваемости (ТКУ)	10	10
Домашнее задание (ДЗ)	10	10
Контрольные работы заочников (КРЗ)	-	-
Подготовка к промежуточной аттестации (ПА)	17	17
Всего:	57	57

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)
https://znanium.com/catalog/product/1839597	Вемъ, А. Имидж — путь к успеху : научно-популярное издание / А. Вемъ. - Санкт-Петербург : Питер, 2010. - 160 с. - (Сам себе психолог). - ISBN 978-5-49807-900-4.	
https://znanium.com/catalog/product/991819	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.	
https://znanium.com/catalog/product/364937	Кошлякова, М. О. Имидж в системе интернет / М. О. Кошлякова. - Текст : электронный // Znanium.com. - 2017. - №1-12.	
https://znanium.com/catalog/product/1093679	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°», 2020. — 270 с. - ISBN 978-5-394-03640-8.	
https://znanium.com/catalog/product/1039478	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.	
https://znanium.com/catalog/product/1041245	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.	
https://znanium.com/catalog/product/504923	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
http://lib.aanet.ru/	Электронные ресурсы ГУАП
https://e.lanbook.com/	ЭБС «Лань»
http://znanium.com/	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 таблице12.

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 средствдля 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; Тесты.

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»	– обучающийся глубоко и всесторонне усвоил программный материал; – уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; – опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью направления; – умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи; – делает выводы и обобщения; – свободно владеет системой специализированных понятий.
«хорошо» «зачтено»	– обучающийся твердо усвоил программный материал, грамотно и по существу излагает его, опираясь на знания основной литературы; – не допускает существенных неточностей; – увязывает усвоенные знания с практической деятельностью направления; – аргументирует научные положения; – делает выводы и обобщения; – владеет системой специализированных понятий.
«удовлетворительно» «зачтено»	– обучающийся усвоил только основной программный материал, по существу излагает его, опираясь на знания только основной литературы; – допускает несущественные ошибки и неточности; – испытывает затруднения в практическом применении знаний направления; – слабо аргументирует научные положения; – затрудняется в формулировании выводов и обобщений; – частично владеет системой специализированных понятий.

Оценка компетенции 5-балльная шкала	Характеристика сформированных компетенций
«неудовлетворительно» «не зачтено»	– обучающийся не усвоил значительной части программного материала; – допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении проблем в конкретном направлении; – испытывает трудности в практическом применении знаний; – не может аргументировать научные положения; – не формулирует выводов и обобщений.

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.З.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.З.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.З.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.З.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.З.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.З.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.З.1
20.	Мифологизация и эмоционализация объекта.	ПК-2.У.1
21.	Акцентуация информации в имидже.	ПК-2.В.1
22.	Назначение метафоризации, визуализации и дистанциирования в инструментарии имиджелогии.	ПК-2.З.1
23.	Управление средствами массовой информации и информацией для создания и поддержания имиджа.	ПК-2.У.1
24.	Формирование собственного информационного потока в	ПК-2.В.1

	имиджировании.	
25.	Сегментирование информационного потока, манипулирование информацией в управлении имиджем.	ПК-2.З.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 имиджирования.	ПК-2.З.1
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
1	Какой аспект имиджа организации связан с тем, как она представляет себя на рынке и как позиционирует свою продукцию? a) Символика b) Корпоративная культура **c) Позиционирование** d) Социальная ответственность (Инструкция: Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.)	ПК-2.З.1
2	Автор высказывания «Имидж – это большие деньги, имидж – это больше, чем деньги» – … *Тип ответа: Одиночный выбор • с выбором одного правильного ответа из нескольких предложенных вариантов* a) Э. Гоффман **b) В. М. Шепель**	ПК-2.З.1

	c) А. Ю. Панасюк d) К. Болдуинг	
3	Что НЕ является главным правилом имиджелогии: **а) ничто не может заменить реалии** **б) учет меняющихся массовых настроений** **в) движение вдоль списка положительных характеристик и дистанцироваться от характеристик отрицательного свойства** г) все вышеперечисленное (Инструкция: Прочитайте текст, выберите правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.)	ПК-2.У.1
4	Инструкция: Прочитайте текст и установите соответствие между понятиями и их определениями: Тип ответа: Сопоставление. A. Презентация B. Самопрезентация C. Позиционирование D. официальное представление общественности чего-либо нового, недавно появившегося, созданного E. намеренное и осознаваемое поведение человека, направленное на формирование определенного впечатления о себе F. помещение носителя в благоприятную информационную среду.	ПК-2.В.1
5	Назовите разновидности корпоративного имиджа. Инструкция: Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.	ПК-2.У.1
6	Аркадий владеет крупной компанией, которая занимается продажей квартир и домов для состоятельных людей. Он одевается недостаточно презентабельно, в свитер и джинсы. Какой стратегии имиджа вы бы рекомендовали придерживаться Аркадию? *Тип ответа: Одиночный выбор • с выбором одного правильного ответа из нескольких предложенных вариантов* a) Стратегии универсального имиджа, которая предполагает создание имиджа на основе социальных стереотипов и общественных идеалов. Можно порекомендовать Аркадию одеваться более официально, например, в деловые костюмы. b) Стратегии целевого имиджа, которая ориентирует на формирование имиджа с учетом ожиданий конкретных социальных групп: дорогой костюм, часы известного бренда. c) Стратегии «креативного взрыва», когда имидж строится на разрушении стереотипов, выходе за рамки общепринятых норм. Можно порекомендовать Аркадию дизайнерский, оригинальный стиль одежды. d) Можно порекомендовать Аркадию ничего не менять, так как такой стиль одежды, как сейчас, для него комфортен.	ПК-2.У.1
7	В чем заключается «теория имиджа» Д. Огилви (выберите правильный ответ): а) в конкурентоспособности товара **б) в наделении товара привлекательным ореолом** в) информирование о качествах товара	ПК-2.З.1

	г) все вышеперечисленное	
8	Дайте определение персонального делового имиджа. Инструкция: Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.	ПК-2.У.1
9	Назовите наиболее часто используемые блоки корпоративной философии Инструкция: Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.	ПК-2.У.1
10	Перечислите составляющие «Я -концепции» Инструкция: Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.	ПК-2.У.1

Система оценивания тестовых заданий:

1 тип) Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора считается верным, если правильно указана цифра и приведены конкретные аргументы, используемые при выборе ответа. Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом, неверный ответ или его отсутствие – 0 баллов.

2 тип) Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора считается верным, если правильно указаны цифры и приведены конкретные аргументы, используемые при выборе ответов. Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом, если допущены ошибки или ответ отсутствует – 0 баллов.

3 тип) Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого столбца). Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом, неверный ответ или его отсутствие – 0 баллов

4 тип) Задание закрытого типа на установление последовательности считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр. Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом, если допущены ошибки или ответ отсутствует – 0 баллов.

5 тип) Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте. Правильный ответ за задание оценивается в 3 балла, если допущена одна ошибка \ неточность \ ответ правильный, но не полный - 1 балл, если допущено более 1 ошибки \ ответ неправильный \ ответ отсутствует – 0 баллов.

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

Таблица 19 – Перечень контрольных работ

№ п/п	Перечень контрольных работ
	Не предусмотрено

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 сымитировать 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, презентирующими (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 посылки 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 посылки 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