Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

ИНСТИТУТ ОТРАСЛЕВОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Факультет маркетинга, рекламы и сервиса

Кафедра сервиса

УТВЕРЖДЕНА
кафедрой сервиса
Протокол от «4» сентября 2017 г.
№ 1

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.7.2 Имиджелогия

направление подготовки
43.03.01 – Сервис
направленность (профиль) "Социально-культурный сервис"

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Очная

Год набора – 2016

Москва, 2017 г.

Автор-составитель:

Заведующая кафедрой сервиса, канд. экон. наук, профессор Красюк И.Н.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
   6.1. Основная литература
   6.2. Дополнительная литература
   6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
   6.4. Нормативные правовые документы
   6.5. Интернет-ресурсы
   6.6. Иные источники
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1. Дисциплина «Имиджелогия» обеспечивает овладение следующей компетенцией с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-11	готовность к работе в контактной зоне с потребителем, консультированию, согласованию вида, формы и объема процесса сервиса	ПК-11.2	готовность управлять человеческими ресурсами, решать проблемы адаптации, мотивации и оценки персонала; формировать комплексное представления об имидже личности, организации социально-культурного сервиса, товара, услуги и способы работы над ними, уделив особое внимание специфике создания имиджа специалиста, занятого в сфере социально-культурного сервиса

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
ПС-33.019 А Операционная деятельность по организации торгово-промышленных выставок В Управление проектом торгово-промышленной выставки	ПК-11.2	**на уровне знаний:** о методах управления имиджем; **на уровне умений:** разработки, оценки и анализа имиджа; **на уровне навыков:** работы с инструментарием имиджелогии, необходимых специалисту в области социально-культурного сервиса для построения эффективных систем взаимоотношений с клиентами, необходимых для результативной работы в современном бизнесе

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Вид учебных занятий и самостоятельная работа	**Объем дисциплины, час.**		
	Всего	**Семестр**	
		7	8
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:	***54***	***54***	

лекционного типа (Л)		***18***	***18***	
лабораторные работы (практикумы) (ЛР)				
практического (семинарского) типа (ПЗ)		***36***	***36***	
Самостоятельная работа обучающихся (СР)		***90***	***90***	
Промежуточная аттестация	**форма**	***экзамен***	***экзамен***	
	час.	***36***	***36***	
Общая трудоемкость (час. / з.е.)		***180/5***	***180/5***	

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.7.2 «Имиджелогия» осваивается в 7 семестре по очной форме обучения, общая трудоемкость – 5 зачетных единиц.

Освоение дисциплины опирается на минимально необходимый объем теоретических знаний в области основ делового общения, принципов и методов организации деловых коммуникаций для последующей организации клиентоориентированного сервиса, а также на приобретенные ранее умения и навыки, полученные при изучении дисциплин обязательной части.

Дисциплина реализуется после изучения дисциплины Б1.В.ОД.12 «Сервис в индустрии моды и красоты».

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

3. Содержание и структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.					Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий			СР	
			Л	ЛР	ПЗ		
Тема 1	Предмет и задачи имиджелогии.	24	2		4	18	
Тема 2	Этапы развития теории и практики имиджа.	24	2		4	18	Э
Тема 3	Персональный и корпоративный имидж.	34	6		10	18	КС
Тема 4	Управление имиджем.	32	4		10	18	К
Тема 5	Технологии имиджирования.	30	4		8	18	Д
Промежуточная аттестация		36					ТЗ, экзамен
Всего:		**180**	**18**		**36**	**90**	

**Формы текущего контроля: эссе (Э), коллоквиум (К), круглый стол (КС), дискуссии (Д), творческое задание (ТЗ).*

Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 1	Предмет и задачи имиджелогии.	Возникновение имиджелогии как науки. Имиджелогия: определение, функции. Объект и предмет. Имиджелогия как научно-прикладная область знаний. Уровни имиджелогии как науки. Имиджелогия как часть современного человековедения.
Тема 2	Этапы развития теории и практики имиджа	Становление и представление об имидже в теории и практике. Предпосылки выделения дискурса имиджелогии в самостоятельную сферу. Специфика развития имиджелогии и имджбилдинга в России. Современные проблемы использования имиджа как инструмента коммуникации.
Тема 3	Персональный и корпоративный имидж	Персональный имидж: природные предпосылки, структура, функции, методики формирования и поддержания. Место «Я-концепции» в структуре персонального имиджа. Роль жестов и мимики в построении и восприятии имиджа. Профессиональный имидж и индивидуальный имидж. Особенности индивидуального имиджа. Технологии формирования личного имиджа. Корпоративный имидж: цели, задачи, функции, элементы и стратегии, структура, сценарии управления, связь с другими инструментами коммуникации. Составляющие имиджа организации. Проблема оценки составляющих корпоративного имиджа. Репутация в предпринимательском сообществе. Роль PR в формировании позитивного корпоративного имиджа. Роль аудитории (обратной связи с аудиторией) в формировании (управлении) имиджа.

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 4	Управление имиджем	Имидж как объект моделирования. Алгоритмы формирования имиджа. Визуальное, вербальное, событийное, контекстное измерения имиджа. Инструментарий имиджелогии. Типология средств создания имиджа. Условия и границы их применения. Мифологизация как инструмент формирования имиджа (политика, шоу-бизнес, брендинг). Роль стереотипов в создании и восприятии имиджа. Проблема визуализации имиджа. Роль цвета в создании имиджа. Роль выразительных форм в создании имиджа. Роль репутации в формировании имиджа. Проблемы и стратегии антикризисного управления имиджем.
Тема 5	Технологии имиджирования	Стили в деловой одежде. Имидж и мода. Имидж лидеров моды на разных исторических этапах. Имидж в бизнесе. Компоненты имиджа в создании коммуникативно привлекательных образов. Особенности восприятия цвета и цветовая гармония. Имидж предприятия социально-культурного сервиса, города, региона: определение необходимых элементов, закономерности их взаимодействия, соотношение стихийного и рационально-формируемого имиджей.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

– при проведении занятий лекционного типа:
метод проблемного изложения, фронтальные и комбинированные опросы;

– при проведении занятий семинарского типа:
- подготовка эссе;
- коллоквиум;
- дискуссия;
- круглый стол.

4.1.2. Экзамен проводится письменно с применением метода опроса и выполнения творческого задания.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.

Темы эссе

1. Имиджелогия - отрасль современного человековедения (понятие, функции, имидж как достояние личности, основа имиджа личности, роль и значение имиджелогии).
2. Основные инструменты имиджелогии и их использование в практике предприятий социально-культурного сервиса.
3. «Я-концепция» как технология имиджирования.
4. Корпоративный имидж – принципы построения.
5. Создание имиджа в деловой сфере: первое впечатление – компоненты.
6. Стиль. Типы стилей в деловой одежде.
7. Одежда и ее роль в создании образа в деловой сфере.
8. Макияж и его роль в создании привлекательного имиджа.
9. Цвет, его роль и значение в создании имиджа.
10. Визуальное восприятие образа.
11. Ароматы. Правила использования для создания привлекательного имиджа.
12. Имидж в бизнесе.
13. Корпоративный имидж, технологии его создания.

Вопросы к коллоквиуму

1. Что такое имидж как феномен и как понятие?
2. Каковы функции имиджа, их теоретическое и практическое значение?
3. Что такое процесс формирования имиджа?
4. Назовите основные характеристики цвета и кратко охарактеризуйте их.
5. Что такое вербальное и невербальное общение? Каковы их основные различия?
6. Каким образом несоблюдение дистанций межличностного взаимодействия может повлиять на результат деловых переговоров?
7. Какую роль играют жесты в общении?
8. Правильный выбор стиля и его роль в формировании имиджа.
9. Какие факторы в поведении людей создают конфликтные ситуации? Рассмотрите эффективные способы упреждения конфликтов (приведите примеры).
10. Чем полезен анализ опыта формирования имиджа клиента? Правила работы с сомнениями клиента.
11. Имидж и карьера. Важнейшие показатели профессионального имиджа.
12. Имиджирование – путь к успеху.
13. Имидж телефонного общения. Деловой телефонный разговор.

Тема дискуссии

1. Понятие и составляющие корпоративного имиджа (на примере конкретной компании). Критерии эффективного корпоративного имиджа.

Темы круглых столов

1. Имидж как система и процесс. Формирование имидж-модели. Проблемы практической реализации имидж-модели.
2. Имидж делового человека. Проблемы формирования и поддержания персонального имиджа в бизнес-среде.
3. Анализ имиджа конкретного исторического лица (власть, политика, искусство).

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-11	готовность к работе в контактной зоне с потребителем, консультированию, согласованию вида, формы и объема процесса сервиса	ПК-11.2	готовность управлять человеческими ресурсами, решать проблемы адаптации, мотивации и оценки персонала; формировать комплексное представления об имидже личности, организации социально-культурного сервиса, товара, услуги и способы работы над ними, уделив особое внимание специфике создания имиджа специалиста, занятого в сфере социально-культурного сервиса

Этап освоения компетенции	**Показатель оценивания**	**Критерий оценивания**
ПК-11.2	Знает состояние и тенденции развития рынка труда с точки зрения обеспечения потребности предприятия или организации в персонале; ориентируется в методах разработки и реализации мероприятий по совершенствованию организации труда персонала; изучает методы разработки и реализации мероприятий по совершенствованию мотивации и стимулированию персонала предприятия или организации; использует различные методы текущей деловой оценки (в т. ч. аттестации) персонала; использует основные теории мотивации, лидерства и власти для решения задач по управлению имиджем; логически выстраивает выводы для повышения эффективности имиджа; анализирует возникающие проблемы, используя	Реализованы основные управленческие функции в сфере управления персоналом; разработана и реализована стратегия управления персоналом; проанализирована экономическая и социальная эффективность деятельности подразделений по управлению персоналом и сделаны соответствующие выводы; использованы различные методы текущей деловой оценки (в т. ч. аттестации) персонала; изучены социальные и личностные потребности в процессе разработки и восприятия имиджа; проанализированы различные проблемы формирования и продвижения эффективного имиджа; использована современная технология для формирования имиджа; логически выстроены выводы для повышения эффективности имиджа; проанализированы зарубежные практики и адаптированы к деятельности предприятия социально-культурного сервиса

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
	различные методы; пользуется современными техническими средствами и информационными технологиями для создания имиджа, использует зарубежные практики и адаптирует их к деятельности предприятия социально-культурного сервиса	

4.3.2. Типовые оценочные средства

При ответе на вопрос
сформулируйте и обоснуйте свою позицию,
приведите конкретные примеры:

1. Предмет и законы имиджелогии. Имиджелогия в системе коммуникационной политики.
2. Основные понятия имиджелогии. Имиджмейкинг, имиджбилдинг.
3. Проблема соотношения имиджмейкинга и PR в разработке и поддержании имиджа: теоретический и прикладной аспекты.
4. Формирование имидж-модели. Проблемы практической реализации имидж-модели.
5. Структура имиджа.
6. Типология имиджей.
7. Функции персонального имиджа.
8. Анализ имиджа конкретного исторического лица (власть, политика, искусство).
9. Формирование деятельности по формированию имиджа.
10. Эстетический аспект формирования имиджа.
11. Психологический аспект персонального имиджа. Условия и предпосылки формирования эффективного персонального имиджа.
12. Профессиональные требования к имиджу (для конкретной профессии – специалист предприятия социально-культурного сервиса).
13. Природные предпосылки формирования персонального имиджа.
14. Имидж делового человека Проблемы формирования и поддержания персонального имиджа в бизнес-среде.
15. Проблема соотношения имиджевых и этикетных требований в бизнес-среде.
16. Роль корпоративной культуры в формировании имиджа фирмы.
17. Имидж как объект моделирования. Алгоритм формирования имиджа.
18. Визуальное, вербальное, событийное, контекстное измерение имиджа.
19. Место «Я-концепции» в структуре персонального имиджа.
20. Инструментарий имиджелогии. Типология средств создания имиджа. Условия и границы ее применение.
21. Мифологизация как инструмент формирования имиджа (политика, шоу-бизнес, брендинг).
22. Роль стереотипов в создании и восприятии имиджа.
23. Проблема визуализации имиджа.
24. Роль цвета в создании имиджа.
25. Роль жестов и мимики в построении и восприятии имиджа.
26. Роль репутации в формировании имиджа.

27. Проблема оценки составляющих корпоративного имиджа.
28. Соотношение корпоративной философии и корпоративного имиджа: теоретический и прикладной аспект.
29. Социальный имидж организации.
30. Бизнес-имидж организации.
31. Роль PR в формировании позитивного корпоративного имиджа.
32. Имидж руководителя, его составляющие.
33. Роль аудитории (обратной связи с аудиторией) в формировании (управлении) имиджа.
34. Имидж творческого человека: необходимые элементы.
35. Имидж и мода. Имидж лидеров моды на разных исторических этапах.
36. Корпоративный имидж: сущность, функции, структура, стратегии формирования.
37. Корпоративный имидж и репутация.
38. Социальный имидж организации: анализ конкретного примера.
39. Социокультурные составляющие имиджа города: архитектура, история, символика, реклама, организация пространства, экология и т.п.
40. Управление имиджем (на примере организации или личности).
41. Фирменный стиль как средство создания визуального имиджа организации.
42. Пути и методы оптимизации текущего имиджа.
43. Перечислите и раскройте составляющие личного имиджа, а также эстетическую, психологическую, культурологическую, экономическую составляющую имиджа.
44. Типы ситуаций, при которых человек реагирует на имидж. Типы имиджей. Их классификация.
45. Самоимидж. Воспринимаемый и требуемый имидж.
46. Раскройте особенности профессионального имиджа и индивидуального имиджа.
47. Лидерские качества личности необходимые для успешного имиджа государственного деятеля, политика, имиджа руководителя коммерческой структуры, для успешного имиджа специалиста в области рекламы, PR, специалиста в сфере моды, имиджмейкеру, коммерсанта, предпринимателя?
48. Объясните цель и значение позиционирования для личности. Какие вопросы вам необходимо сформулировать, чтобы определить для себя основные шаги для достижения цели позиционирования?

Творческое задание

1. Подготовить и провести самопрезентацию, как элемент формирования имиджа.
2. Темы для анализа имиджа:
- Исследуйте образы известных российских и зарубежных компаний.
- Исследуйте образы популярных персонажей рекламы.

Критерии оценки группового творческого задания (частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения).

Критерии оценки системы знаний:
– степень понимания студентом учебного материала;
– теоретическая обоснованность решений, лежащих в основе замысла и воплощенных в результате;
– научность подхода к решению задачи/задания;
– владение терминологией;
– демонстрация интеграции компетенций (заложенных на этапе задания как результата обучения).

Критерии оценки творческой части:

– оригинальность замысла;
– уровень новизны: комбинация ранее известных способов деятельности при решении новой проблемы /преобразование известных способов при решении новой проблемы/новая идея;
– характер представления результатов (наглядность, оформление, донесение до слушателей и др.).

Шкала оценивания

Оценка	**Требования к знаниям**
5, «отлично»	Оценка «отлично» выставляется студенту, если: - Изучены социальные и личностные потребности в процессе разработки и восприятия имиджа; - Проанализированы различные проблемы формирования и продвижения эффективного имиджа; - Использована современная технология для формирования имиджа; - Логически выстроены выводы для повышения эффективности имиджа; - Проанализированы зарубежные практики и адаптированы к деятельности предприятия социально-культурного сервиса.
4, «хорошо»	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он: - твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения; - демонстрирует понимание специфики формирования имиджа, усвоил понятия персонального и корпоративного имиджа, при ответе на экзаменационный билет демонстрирует знание вопросов управления имиджем, однако ответ носит слишком обобщенный и описательный характер; - учебные достижения в семестровый период и результаты рубежного контроля демонстрируют хорошую степень овладения программным материалом.
3, «удовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он: - имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ; - имеет лишь общие представления о рассматриваемом вопросе, владеет терминологией имиджелогии в ограниченном объеме, не понимает технологии имиджирования; - учебные достижения в семестровый период и

	результаты рубежного контроля демонстрируют достаточную (удовлетворительную) степень овладения программным материалом.
2, *«неудовлетворительно»*	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который: - не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы (как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине); - в семестре студент не выполнил положенного объема самостоятельной работы, систематически пропускал занятия, экзаменационный ответ носит фрагментарный характер; - учебные достижения в семестровый период и результаты рубежного контроля демонстрируют невысокую степень овладения программным материалом по минимальной планке.

4.4. Методические материалы

Занятия по дисциплине «Имиджелогия» представлены следующими видами работы: лекции, практические занятия и самостоятельная работа студентов.

На практических занятиях студенты выполняют задания, связанные с основными понятиями имиджелогии, обсуждением отдельных вопросов, связанных с формированием имиджа, выступлением и участием в круглом столе, коллоквиуме, анализом написанных эссе, обсуждение групповых творческих заданий.

В рамках самостоятельной работы студенты готовят самостоятельно вопросы, готовятся к семинарским занятиям, осуществляют подготовку к экзамену.

Текущая аттестация по дисциплине «Имиджелогия» проводится в форме опроса и контрольных мероприятий по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- степень усвоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- результаты самостоятельной работы.

Активность студента на занятиях оценивается по его выступлениям по вопросам практических занятий, при активном участии в круглом столе, при проведении коллоквиумов, при написании эссе и обсуждении групповых творческих заданий.

Студент допускается к экзамену по дисциплине в случае выполнения им учебного плана по дисциплине: выполнения всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины (по формам текущего контроля). В случае наличия учебной задолженности студент отрабатывает пропущенные занятия в соответствии с требованиями. Оценка знаний студента на экзамене носит комплексный характер, является балльной и определяется его:

- ответом на экзамене;
- учебными достижениями в семестровый период.

Оценка ***работы студента на семинарских занятиях*** осуществляется по следующим критериям:

- Отлично - активное участие в обсуждении проблем каждого семинара, самостоятельность ответов, свободное владение материалом, полные и аргументированные ответы на вопросы семинара, участие в дискуссиях, твёрдое знание лекционного материала, обязательной и рекомендованной дополнительной литературы, регулярная посещаемость занятий.
- Хорошо - недостаточно полное раскрытие некоторых вопросов темы, незначительные ошибки в формулировке категорий и понятий, меньшая активность на семинарах, неполное знание дополнительной литературы, хорошая посещаемостью.
- Удовлетворительно - ответы отражают в целом понимание темы, знание содержания основных категорий и понятий, знакомство с лекционным материалом и рекомендованной основной литературой, недостаточная активность на занятиях, оставляющая желать лучшего посещаемость.
- Неудовлетворительно - пассивность на семинарах, частая неготовность при ответах на вопросы, плохая посещаемость, отсутствие качеств, указанных выше для получения более высоких оценок.

Критерии оценки эссе:

Оценка «отлично» предполагает:

- полученные результаты полностью соответствуют поставленной цели,
- проведен детальный анализ источников с привлечением фрагментов первоисточников по теме,
- выводы автора самостоятельны и аргументированы,
- содержание работы полностью отражает узловые проблемы темы,
- оформление работы полностью отвечает всем требованиям.

Оценка «хорошо» ставится в том случае, если:

- полученные результаты преимущественно соответствуют поставленной цели и задачам,
- обоснована актуальность темы,
- в процессе анализа литературы отобран и проанализирован широкий круг источников,
- полученные результаты в целом логичны, доказательны и систематизированы,
- оформление работы в целом соответствует существующим требованиям,
- высказана личностная позиция по теме.

Оценка «удовлетворительно» предполагает:

- полученные результаты в значительной степени соответствуют поставленной цели, в частности,
- обоснована актуальность избранной темы,
- в процессе анализа литературы отобраны наиболее важные источники,
- материал подан логически непротиворечиво,
- требования по оформлению работы в основном выполнены.

Оценка «неудовлетворительно» предполагает:

- полученные результаты не соответствуют поставленной цели,
- актуальность избранной темы не обоснована.

Критерии оценки коллоквиума:

Оценка «отлично» - глубокое и прочное усвоение программного материала - полные, последовательные, грамотные и логически излагаемые ответы при видоизменении задания, - свободно справляющиеся с поставленными задачами, знания материала, - правильно обоснованные принятые решения, - владение разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ.

Оценка «хорошо» - знание программного материала - грамотное изложение, без существенных неточностей в ответе на вопрос, - правильное применение теоретических знаний - владение необходимыми навыками при выполнении практических задач.

Оценка «удовлетворительно» - усвоение основного материала - при ответе допускаются неточности - при ответе недостаточно правильные формулировки - нарушение последовательности в изложении программного материала - затруднения в выполнении практических заданий.

Оценка «неудовлетворительно» - незнание программного материала, - при ответе возникают ошибки - затруднения при выполнении практических работ.

Критерии правильности ответов на вопросы для диспута/дискуссии:

При оценке ответов на вопросы диспута/дискуссии учитывается в первую очередь уровень теоретической подготовки студента, а также умение высказывать свое мнение, отстаивать свою позицию, слушать и оценивать различные точки зрения, конструктивно полемизировать, находить точки соприкосновения разных позиций.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Практические занятия дисциплины предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций с проведением контрольных мероприятий. С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, т.к. она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

Подготовка к лекции заключается в следующем:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора);
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Подготовка к практическим занятиям:

- внимательно прочитайте материал лекций относящихся к данному семинарскому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- выпишите основные термины;
- ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов;
- уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя;

- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы;
- рабочая программа дисциплины в части целей, перечню знаний, умений, терминов и учебных вопросов может быть использована вами в качестве ориентира в организации обучения.

Подготовка к экзамену. К экзамену необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период зачётно-экзаменационной сессии, как правило, показывают не слишком удовлетворительные результаты. В самом начале изучения учебной дисциплины познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;
- тематическими планами лекций, семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем вопросов к экзамену.

После этого у вас должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях и практических занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи экзамена.

Вопросы для самопроверки

1. Взаимосвязь имиджелогии с различными отраслями знаний.
2. Имиджелогия как комплексная практическая дисциплина. Задачи имиджелогии.
3. Образ как центральное понятие имиджелогии.
4. Проблемы имиджелогии.
5. Основные отрасли имиджелогии.
6. Виды имиджелогии.
7. Ценностные функции имиджа.
8. Технологические функции имиджа.
9. Профессия имиджмейкер и виды профессиональной специализации.
10. Специфика развития имиджелогии и имджбилдинга в России.
11. Особенности индивидуального имиджа.
12. Технологии формирования личного имиджа.
13. Стратегии управления личным имиджем.
14. Построение эффективного имиджа.
15. Техники создания образа личности.
16. Формирование позитивного отношения к личности.
17. Продвижение и самопродвижение личности.
18. Позиционирование и самореклама.
19. Коммуникативные качества личности.
20. Принцип обратной связи.
21. Лидерские качества личности.
22. Способность к подчинению.
23. Мотивация личности.
24. Индивидуальные качества личности.
25. Доминирующие ценности личности.
26. Самомониторинг и саморазвитие личности.
27. Управление впечатлениями.
28. Имидж ориентированный на самоощущение.

29. Имидж, ориентированный на восприятие.
30. Мифологизация как инструмент формирования имиджа (политика, шоу-бизнес, брендинг).
31. Габитарный имидж. Вербальный имидж. Невербальный имидж.

Обучение лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом индивидуальных психофизических особенностей, а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида. Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление информации визуально (краткий конспект лекций, основная и дополнительная литература), на лекционных и практических занятиях допускается присутствие ассистента.

Оценка знаний студентов на практических занятиях осуществляется на основе письменных конспектов ответов на вопросы, письменно выполненных практических заданий. Доклад так же может быть предоставлен в письменной форме (в виде реферата), при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости, время подготовки может быть увеличено.

Для лиц с нарушением зрения допускается аудиальное предоставление информации, а также использование на лекциях звукозаписывающих устройств. Допускается присутствие на занятиях ассистента, оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь. Оценка знаний студентов на семинарских занятиях осуществляется в устной форме (как ответы на вопросы, так и практические задания).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушением зрения проводится устно, при этом текст заданий предоставляется в форме адаптированной для лиц с нарушением зрения (укрупненный шрифт), при оценке используются общие критерии оценивания. При необходимости, время подготовки может быть увеличено.

Лица с нарушениями опорно-двигательного аппарата не нуждаются в особых формах предоставления учебных материалов. Однако, с учетом состояния здоровья часть занятий может быть реализована дистанционно (при помощи сети «Интернет»). Так, при невозможности посещения лекционного занятия студент может воспользоваться кратким конспектом лекции. При невозможности посещения практического занятия студент должен предоставить письменный конспект ответов на вопросы, письменно выполненное практическое задание. Доклад так же может быть предоставлен в письменной форме (в виде реферата), при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата проводится на общих основаниях, при необходимости процедура может быть реализована дистанционно (например, при помощи программы Skype). Для этого по договоренности с преподавателем студент в определенное время выходит на связь для проведения процедуры. В таком случае вопросы и практическое задание выбираются самим преподавателем.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература.

1. Беленко В.Е., Беленко М.П. Имиджелогия. Стратегии и тактики имиджевой коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие. Новосибирский государственный технический университет, 2010. http://www.iprbookshop.ru/44920

2. Горчакова В.Г. Имиджелогия. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов. ЮНИТИ-ДАНА, 2015. http://www.iprbookshop.ru/52471

3. Немец Г.Н. Реклама и паблик рилейшнз в структуре общества потребления [Электронный ресурс]: учебное пособие. Южный институт менеджмента, 2011. http://www.iprbookshop.ru/9793

6.2. Дополнительная литература.

1. Ушакова Н.В., Стрижова А.Ф. Имиджелогия (3-е издание) [Электронный ресурс]: учебное пособие. Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа. 2012. http://www.iprbookshop.ru/10561

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

1 Панасюк А.Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники. ОМЕГА-Л, М., 2007.

2 Панфилова А. Имидж делового человека. ИВЭСЭП, Знание. 2007 г. – 496 с.

3 Почепцов Г.Г. Имиджелогия. Рефл-бук. 2006.- 704 с.

4 Шарков Ф. Имидж фирмы. Технологии управления. Учебное пособие для вузов. Академический Проект. 2006. – 272 с.

6.4. Нормативные правовые документы.

Не используются.

6.5. Интернет-ресурсы.

1. www.nnir.ru / - Российская национальная библиотека
2. www.nns.ru / -Национальная электронная библиотека
3. www.rsi.ru / - Российская государственная библиотека
4. www.yandex.ru / - Поисковая система
5. http://www.consultant.ru/ - Консультант плюс
6. http://www.garant.ru/ - Гарант
7. http://academim.orq Академия имиджелогии – это научная академия, объединяющая ведущих специалистов в области имиджа

6.6. Иные источники.

1. Горчакова, В.Г. Имиджелогия. Теория и практика: учеб. пособие / В.Г. Горчакова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 336 с.
2. Ушакова Н.В., Стрижова А.Ф. Имиджелогия: учебное пособие 3-е изд., испр. М.: Издательство: Дашков и К, 2015. – 278 с.
3. Горшкова Е., Бухаркова О. Имидж лидера. Технология создания и продвижения. Тренинговая программа. Речь. 2007. – 222 с.
4. Гончарова И. Имидж – путь к успеху. Феникс, 2011. – 296 с.
5. Кузин Ф. Современный имидж делового человека, бизнесмена, политика. Ось-89, 2002. – 512 с.
6. Лысикова О.В., Лысикова Н.П. Имиджелогия и паблик рилейшнз в социокультурной сфере. Учебное пособие. М.: Флинта, 2014. – 169 с.

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Академия проводит постоянную работу по созданию и системному улучшению условий получения образования людьми с ограниченными возможностями здоровья. В настоящее время здания и территории Академии оснащены лифтами для перевозки инвалидов в колясках, порядка 80% аудиторий и компьютерных классов имеют двери, соответствующие требованиям нормативов, оборудованы пандусы при входе в здания, а также внутри учебных корпусов и общежития, имеются специальные туалеты.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к нескольким электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде организации. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

Академия обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах,

адаптированных к ограничениям их здоровья.

Организован доступ к следующим электронным ресурсам:

Bloomberg
EBSCO Publishing
eLIBRARY.RU
Emerging Markets Information Service
Google Scholar (Google Академия)
IMF eLibrary -
JSTOR
New Palgrave Dictionary of Economics – Электронный словарь
OECD iLibrary
Oxford Handbooks Online
Polpred.com Обзор СМИ
Science Direct - Журналы издательства Elsevier по экономике и эконометрике, бизнесу и финансам, социальным наукам и психологии, математике и информатике
SCOPUS
Web of Science
Wiley Online Library
World Bank Elibrary
Архивы научных журналов NEICON
Интернет-сервис «Антиплагиат»
Система Профессионального Анализа Рынков и Компаний «СПАРК»
ЭБС Издательства "Лань"
ЭБС Юрайт
Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников»