

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

Институт общественных наук
Школа публичной политики и управления
Кафедра международного менеджмента

**Образовательная автономная некоммерческая организация высшего
образования
"МОСКОВСКАЯ ВЫСШАЯ ШКОЛА СОЦИАЛЬНЫХ И
ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК"**

УТВЕРЖДЕНА
кафедрой _____
Протокол от «_» __ 2020 г.
№ _

УТВЕРЖДЕНА
кафедрой международного
менеджмента
Протокол от «6» мая 2020 г.
№ 2

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.04 Имиджелогия

(индекс, наименование дисциплины, в соответствии с учебным планом)

38.03.02 Менеджмент

(код, наименование направления подготовки (специальности))

Менеджмент в индустрии моды

(направленность(и) (профиль (и)/специализация(ии))

Бакалавр

(квалификация)

Очная

(форма обучения)

Год набора – 2021 г.

Москва, 2020 г.

Автор–составитель:

Генеральный директор Преподаватель Пилюгина А. А.

Заведующий кафедрой

международного менеджмента ИОН РАНХиГС, к.э.н. Абрамова Н. М.

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--|----|
| 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы | 4 |
| 2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы | 5 |
| 3. Содержание и структура дисциплины | 5 |
| 4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине | 8 |
| 5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) | 12 |
| 6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине | 12 |
| 6.1.Основная литература | 12 |
| 6.2.Дополнительная литература | 12 |
| 6.3.Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы | 12 |
| 6.4.Нормативные правовые документы | 12 |
| 6.5.Интернет-ресурсы | 12 |
| 6.6.Иные источники | 12 |
| 7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы | 13 |

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

1.1. Дисциплина Б1.В.04 Имиджелогия обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

| Код компетенции | Наименование компетенции | Код этапа освоения компетенции | Наименование этапа освоения компетенции |
|-----------------|---|--------------------------------|--|
| ПК-1 | Владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры. | ПК-1.1 | Знание особенностей менеджмента как способа достижения конкурентных преимуществ за счет достижения единства экономической и социальной эффективности |

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

| ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ профессиональные действия | Код этапа освоения компетенции | Результаты обучения |
|---|--------------------------------------|--|
| | ПК-1.1 | Обучающийся знает особенности менеджмента как способ достижения конкурентных преимуществ за счет достижения единства экономической и социальной эффективности. |

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Объем дисциплины: 72/2 54/2

Контактная работа: 14/10,5

Лекции

Лабораторные работы

Практические занятия 14/10,5
Самостоятельная работа 58/43,5

Место дисциплины в структуре ОП ВО

индекс и наименование дисциплины: Б1.В.04 Имиджелогия
курс, семестр ее освоения в соответствии с учебным планом: 2 курс 3 семестр

дисциплина является основой для освоения следующих дисциплин:

Б1.В.06 Управление человеческими ресурсами в индустрии моды

Б1.В.ДВ.02.01 Лидерство и управление командами в моде

Б1.В.ДВ.02.02 Лидерство и командообразование

Б2.П.2 Преддипломная практика

форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом: Зачет с оценкой

3. Содержание и структура дисциплины

Очная форма обучения

| № п/п | Наименование тем (разделов), | Объем дисциплины (модуля), час. | | | | | | Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации* |
|--------|---|---------------------------------|---|-------------|-------------|-----|-------|---|
| | | Всего | Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий | | | | СР | |
| | | | Л/ЭО, ДОТ* | ЛР/ЭО, ДОТ* | ПЗ/ЭО, ДОТ* | КСР | | |
| Тема 1 | Имидж как социокультурный феномен | | | | 2/1,5 | | 16/12 | Д, К |
| Тема 2 | Имидж личности. Мода как средство выражения стиля | | | | 2/1,5 | | 16/12 | К |
| Тема 3 | Корпоративный имидж | | | | 2/1,5 | | 16/12 | Д, К |
| Тема 4 | Формирование имиджа товара или услуги | | | | 2/1,5 | | 16/12 | ПЗ |
| Тема 5 | Имидж территории. Политический и культурный имидж страны | | | | 2/1,5 | | 16/12 | К |
| Тема 6 | Имидж-технологии | | | | 2/1,5 | | 16/12 | |
| Тема 7 | Стратегия создания персонального имиджа в контексте компании-работодателя и территории проживания | | | | 2/1,5 | | 20/15 | |

| | | | | | | | |
|-----------------------------|-------------|-------------|--|---------------------|--|---------------------|----------------------------|
| Промежуточная аттестация | | | | | | | Зачет с оценкой |
| Всего: | 72/2 | 54/2 | | 14/10 ,5 | | 58/43, 5 | |

**Примечание –диспут (Д), кейс (К), письменные задания (ПЗ)*

Содержание дисциплины

| № | Наименование темы | Содержание темы |
|--------|--|---|
| Тема 1 | Имидж как социокультурный феномен | <p>Определение имиджа как сообщения целевой аудитории (референтной группе) образов и сигналов (знаков) для формирования мнения о субъекте. Имиджем обладает не только личность, но и организация, территория, товары и услуги. Целостная оценка субъекта имиджа через сочетание компонентов (как визуальные характеристики, так и образ мыслей и действий личности, транслируемой общественным группам).</p> <p>Репутация как историческая предпосылка современного понятия имиджа.</p> <p>Связь имиджа с особенностями культурного кода.</p> <p>Прикладное значение имиджелогии. Сословный имидж. Имиджевые характеристики представителей различных эпох.</p> <p>Роль информатизации в актуализации вопросов управления имиджем.</p> <p>Классификация и функции имиджа (в том числе функция успеха).</p> |
| Тема 2 | Имидж личности. Мода как средство выражения стиля | <p>Персональный имиджмейкинг как процесс целенаправленного конструирования имиджа.</p> <p>Внешний вид, вербальный, кинетический, деловой, средовый имиджи. Внешние и внутренние проявления телесности (состояние «успешного тела» как сигнал обществу).</p> <p>Харизма – сила личности, ее энергоинформационное поле. От имиджа к стилю (сходства и различия). Современное понятие «стиль жизни».</p> <p>Понятие и функции моды.</p> <p>Особенности делового костюма для мужчин и женщин, «дресс-код».</p> |

| № | Наименование темы | Содержание темы |
|--------|---|---|
| Тема 3 | Корпоративный имидж | <p>Имидж организации как объект управления. Создание и сохранение «доброго имени» и кредита доверия. Внешний и внутренний имидж компании. Корпоративные видение, миссия и ценности. Корпоративная индивидуальность и культура. Сайт как средство визуальной презентации организации. Корпоративная социальная ответственность – стиль менеджмента, гарантия честности перед обществом как важнейшая имиджевая составляющая компании.</p> <p>Американская, европейская и российская модели социальной ответственности. Роль бренда в формировании корпоративного имиджа.</p> |
| Тема 4 | Формирование имиджа товара или услуги | <p>Выбор товара или услуги как отражение стиля жизни. Имиджевые характеристики, предполагающие наличие дополнительных потребительских свойств, важных для потребителя.</p> <p>Статусные и смысловые характеристики. Функции имиджа товара/услуги, включая эмоциональную и социальную. Значение упаковки, рекламы и имиджа страны-производителя. Влияние имиджа фирмы-изготовителя на принятие решения о покупке. Премиальный имидж, скорректированный на культурные различия в восприятии атрибутов товара. Средства конструирования имиджа товара или услуги в краткосрочной и долгосрочной перспективе.</p> |
| Тема 5 | Имидж территории. Политический и культурный имидж страны | <p>Деление страны на территории по различным признакам. Конкурентное сосуществование и бренды территорий, включая духовные и материальные ценности, получившие общественное признание. Сочи – «Летняя столица России» как имидж территории.</p> <p>Имидж современного мегаполиса, включая темп жизни, культурный ландшафт, знаковые места.</p> <p>Исторические бренды, обусловленные историей развития территорий, архитектурная среда. Качество жизни населения, культурная и деловая жизнь территории.</p> <p>Политический и культурный имидж страны, включая образ страны, национальную идентичность и идею. Вклад в решение глобальных проблем как путь к формированию положительного имиджа страны.</p> <p>Имидж территории – ее нематериальный актив.</p> |

| № | Наименование темы | Содержание темы |
|--------|--|--|
| Тема 6 | Имидж-технологии | Технологии создания индивидуального имиджа. Специалисты, участвующие в имиджбилдинге личности. Соответствие внешней формы внутреннему содержанию. Человек-бренд. Маркетинговые коммуникации в продвижении имиджа компании. Событийный маркетинг организаций и территорий. Идеологическая и символическая функции специальных событий и мероприятий. Формирование публичного дискурса (включая новые имена в политической сфере). Технологии брендинга территорий (геобрендинг, имидж-маркетинг территории). Необходимость выделять уникальные черты территорий. Отличия брендинга территорий от брендинга товара и создания корпоративного имиджа. |
| Тема 7 | Стратегия создания персонального имиджа в контексте компании-работодателя и территории проживания | Практическое занятие по созданию плана развития собственного имиджа, призванного помочь в достижении профессиональных успехов и избежать ошибок в формировании стиля. Элементы одежды для различных видов мероприятий, «дресс-коды», тенденции к изменению отношения общества к самопрезентации через одежду и внешний вид. Симплификация и мобильность. Стиль жизни с учетом повсеместной диджитализации. Имидж личности, транслируемый через социальные сети. Имидж руководителя, навыки деловой презентации, работа с голосом и жестами, стиль общения и переписки. |

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 семинарского типа: кейс, презентации, обсуждение

4.1.2. Экзамен (зачет) проводится с применением следующих методов (средств):

Зачет с оценкой

4. 2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.

Обучающиеся готовятся к опросам на занятиях исходя из тем и списка литературы, а также к контрольным работам.

Типовые оценочные материалы по темам.

Примерные вопросы к контрольным работам:

1. Имиджелогия как инструмент руководителя компании.
2. Мода и имидж: условия взаимодействия.
3. Стилль и его роль в формировании имиджа.
4. Образ национального героя в имидже различных стран.
5. Корпоративная культура и деловой этикет.
6. Дресс-код как условие корпоративного имиджа.
7. Имидж руководителя в бизнесе в области моды.
8. Технологии развития имиджа компании

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

4.3.1. Формируемые компетенции

| Код компетенции | Наименование компетенции | Код этапа освоения компетенции | Наименование этапа освоения компетенции |
|-----------------|---|--------------------------------|--|
| ПК-1 | Владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры. | ПК-1.1 | Знание особенностей менеджмента как способа достижения конкурентных преимуществ за счет достижения единства экономической и социальной эффективности |

4.3.2 Типовые оценочные средства

Типовые оценочные материалы к экзамену:

Что такое «имидж»? Классификация имиджей.

Как соотносятся понятия: имидж, харизма, пассионарность, стиль.

Какую роль играют референтные группы и общественное сознание в создании

имиджа?

Исторические условия, способствующие актуализации имиджа.

Предмет и объект имиджологии.

Функциональный аспект имиджа для личности, организации и территории.

Инструментарий создания персонального имиджа.

Вербальный и невербальный имиджи личности.

Роль телесности в конструировании персонального имиджа.

Мода и индивидуальность.

Имидж как объект моделирования.

Соотношение имиджмейкинга и PR в разработке и поддержании имиджа.

Структура персонального имиджа.

Способы продвижения личного имиджа и технологии управления.

Соотношение корпоративной культуры и корпоративного имиджа.

Роль PR в становлении позитивного имиджа организации.

Имидж товара и услуги. Факторы и средства формирования.

Имидж делового человека. Требования протокола и этикета, предъявляемые к внешности делового человека.

Понятия «геобрендинг» и «культурный ландшафт»: связь экономики и культуры в развитии территорий и формировании их имиджа.

Управление имидж-рисками на предприятиях в сфере моды.

Шкала оценивания.

| Показатель оценивания | Критерий оценивания |
|--|--|
| Обучающийся знает особенности менеджмента как способ достижения конкурентных преимуществ за счет достижения единства экономической и социальной эффективности. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Не имеет базовых знаний. 2. Фрагментарные знания. 3. Демонстрирует частичные знания. 4. Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания. 5. Сформированные систематические знания. |

| Баллы (рейтинговой оценки), % | Оценка | Требования к знаниям |
|-------------------------------------|-----------------|---|
| 100-81 | 5, «отлично» | <p>– Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает его на экзамене, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение.</p> <p>– Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрируют высокую степень овладения программным материалом.</p> |

| | | |
|--------|--------------------------|--|
| 80-61 | 4, «хорошо» | <p>– 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.</p> <p>– Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрируют хорошую степень овладения программным материалом.</p> |
| 60-41 | 3, «удовлетворительно» | <p>– 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.</p> <p>– Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрируют достаточную (удовлетворительную) степень овладения программным материалом.</p> |
| 40-0 | 2, «неудовлетворительно» | <p>– 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.</p> <p>– Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрировали не высокую степень овладения программным материалом по минимальной планке.</p> |
| 45-100 | Зачет | <p>– Курс полностью освоен. Студент показывает хороший стандартный уровень знаний всех аспектов, использует терминологию и словообразование и хорошо применяет теорию к решению задач.</p> |
| 0 - 44 | Незачет | <p>– Студент не подготовлен и не может показать достаточного знания материала курса.</p> |

4.4 Методические рекомендации

Критерии оценки презентации:

Содержание

Точность и оригинальность представленного материала (устная и визуальная часть)

Адекватность и убедительность

Использование достаточного количества источников, четкая идентификация источников

Аргументация

Четкость и запоминаемость основных идей

Связь между представленными фактами и теорией, критическая оценка доказательного материала
 Разграничение фактов и мнений, рассмотрение альтернативных точек зрения
 Организация
 Упорядоченность, соблюдение правил цитирования
 Целесообразность, четкое определение рассматриваемых тем
 Поток речи
 Стиль
 Взаимодействие с аудиторией (удержание внимания аудитории)
 Облегчение ведения дискуссии (вопросы аудитории)
 Реакция на вопросы аудитории
 Спонтанность (выступающий не читает, мало использует записи)
 Техника
 Визуальный контакт с аудиторией, мимика
 Беглость речи (полные предложения, отсутствие пауз)
 Жестикуляция, телодвижения
 Использование визуальных средств (доска, компьютерная графика)
 Речевое управление (темп, громкость, скорость, правильная постановка ударения)

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Обучение проводится последовательно путем чтения лекций с углублением и закреплением полученных знаний в ходе самостоятельной работы с последующим переводом знаний в умения в практических занятиях. На лекциях излагаются лишь основные, имеющие принципиальное значение и наиболее трудные для понимания и усвоения вопросы. Теоретические знания, полученные студентами на лекциях и при самостоятельном изучении курса по литературным источникам, закрепляются на практических занятиях.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

6.1. Основная литература.

1. Беляева М.А., Самкова В.А. Азы имиджологии: имидж личности, организации, территории: Учебное пособие для вузов. – Москва; Екатеринбург: Кабинетный ученый, 2017.
2. Ликт, Элиза. Оставь свой след. Как превратить мечту в дело жизни: insider guide от легенды мировой моды; пер. с англ. А.Н. Гардт. – Москва: Эксмо, 2019.

6.2. Дополнительная литература.

1. Динни К. Брендинг территорий: лучшие мировые практики. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013.
2. Рапай К. Культурный код: как мы живем, что покупаем и почему; пер. с англ. – 2-е изд. – М.: Альпина Паблишер, 2015.
3. Хакамада И. В предвкушении себя: от имиджа к стилю. М.: Альпина Паблишер, 2014.
4. Кладиенко А.Л. Дизайн имиджа. 50 вопросов и ответов о дизайне имиджа. – Минск: Кузьма, 2013.

6.3. Интернет-ресурсы.

<https://www.edelkoort.com/trend-book/>

<https://www.newschool.edu/parsons/>

<http://trend-book.ru/>

<https://www.trendesignbook.com/>

6.6. Иные источники.

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

Для проведения занятий требуется класс, оборудованный доской, маркерами, компьютером и проектором.