

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------	------------------------------------------------------------------------------------



УТВЕРЖДЕНО
решением Ученого совета
факультета культуры и искусства
от «20» мая 2024 г., протокол №12/272

Председатель

С. Сафронов /Н.С. Сафронов/

Зав. кафедрой дизайна
культуры и искусства
Е.Л. Сидянцева (по доверенности
№ 218/98 от 29.01.2024г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Технологии имиджмейкинга
Факультет	Факультет культуры и искусства
Кафедра	Кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии
Курс	3 - очная форма обучения; 3 - заочная форма обучения

Направление (специальность): 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль/специализация): Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях

Форма обучения: очная, заочная

Дата введения в учебный процесс УлГУ: 01.09.2024 г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20__ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20__ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20__ г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	КАФЕДРА	Должность, ученая степень, звание
Андреева Юлия Витальевна	Кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии	Доцент, Кандидат психологических наук

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------	------------------------------------------------------------------------------------

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины:

освоение теоретических знаний и получение практических навыков, касающихся формирования имиджа, навыков управления персональным, политическим и корпоративным имиджем в различных областях общественно-экономической деятельности.

Задачи освоения дисциплины:

- изучить роль имиджелогии в современном обществе;
- рассмотреть основные концепции имиджелогии, содержащие базовые понятия;
- изучить структуру имиджа, его составляющие;
- изучить современные типологии имиджа;
- рассмотреть функции и значения имиджа;
- изучить инструментарий имиджелогии, методики и технологии его применения (имиджмейкинга);
- изучить имиджевые стратегии;
- рассмотреть контексты имиджелогии и принципы имиджирования;
- рассмотреть теоретические аспекты самопрезентации и имиджмейкинга;
- освоить навыки использования технологий имиджирования в области персональной имиджелогии;
- освоить навыки создания и управления политическим и корпоративным имиджем.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Технологии имиджмейкинга» относится к числу дисциплин блока Б1.О.1, предназначенного для студентов, обучающихся по направлению: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

В процессе изучения дисциплины формируются компетенции: ОПК-2, ОПК-4.

Основные положения дисциплины используются в дальнейшем при изучении таких дисциплин как: Профессионально-творческая практика, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы, Преддипломная практика, Основы теории и практики связей с общественностью, Планирование PR-кампаний, Психология массовых коммуникаций, Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью, Планирование рекламных кампаний, Теория и

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

практика массовой информации, Социология массовых коммуникаций, Основы теории и практики рекламы, Маркетинговые исследования и ситуационный анализ, Основы маркетинга, Введение в медиаисследования и медиаизмерения, Основы интегрированных коммуникаций, Поведение потребителей, Научно-исследовательская работа, Технологии деловой коммуникации в рекламе и связях с общественностью.

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	<p>знать: методы сбора и систематизации научно-практической информации по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы, с учётом знаний общественных наук и актуальных проблем современного общества.</p> <p>уметь: применять методы социологических и психологических исследований с целью изучения поведения потребителя, мониторинга общественного мнения, организации воздействия, исследования отношения различных аудиторий к компании, бренду, товару.</p> <p>владеть: навыками анализа, разработки и оценки документов, включая медиапланы, медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты.</p>
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	<p>знать: Знать: основные концепции и направления современных массовых коммуникаций, анализировать во взаимосвязи социокультурные явления, запросы и потребности общества и аудитории, использовать знания массовых коммуникаций в профессиональной деятельности;</p> <p>уметь: отвечать на запросы общества и аудитории в профессиональной деятельности, учитывая все аспекты функционирования современных коммуникаций и их технологии, методы управления, реализации маркетинговых исследований, основы проектной деятельности и нормы права.</p> <p>владеть: навыками и методами применения различных средств коммуникаций на основе выявления, анализа и оценки запросов общества и аудитории.</p>

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего): 2 ЗЕТ

4.2. Объем дисциплины по видам учебной работы (в часах): 72 часа

Форма обучения: очная

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------	------------------------------------------------------------------------------------

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения <u>очная</u>)	
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам
		6
1	2	3
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	32	32
Аудиторные занятия:	32	32
Лекции	16	16
Семинары и практические занятия	16	16
Лабораторные работы, практикумы	-	-
Самостоятельная работа	40	40
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др. (не менее 2 видов)	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)
Курсовая работа	-	-
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	Зачёт	Зачёт
Всего часов по дисциплине	72	72

Форма обучения: заочная

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения <u>заочная</u>)	
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам
		8
1	2	3
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	8	8
Аудиторные занятия:	8	8
Лекции	4	4
Семинары и практические занятия	4	4
Лабораторные работы, практикумы	-	-
Самостоятельная работа	60	60
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др. (не менее 2 видов)	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения <u>заочная</u>)	
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам
		8
1	2	3
Курсовая работа	-	-
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	Зачет (4)	Зачет
Всего часов по дисциплине	72	72

4.3. Содержание дисциплины. Распределение часов по темам и видам учебной работы

Форма обучения: очная

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	8
Раздел 1. Теоретические основы имиджмейкинга							
Тема 1.1. Введение в дисциплину: имиджелогия как наука, история становления общественного и научного интереса к феномену имиджа, профессия имиджмейкера	9	2	2	0	2	5	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)
Тема 1.2. Общая характеристика имиджа. Типы имиджей	9	2	2	0	2	5	Тестирование

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	8
Тема 1.3. Имидж в системе социальных коммуникаций	9	2	2	0	2	5	Тестирование
Тема 1.4. Построение имиджа: модели и технологии	9	2	2	0	2	5	Тестирование
Тема 1.5. Технологии управление имиджем	9	2	2	0	2	5	Тестирование
Раздел 2. Прикладные аспекты имиджмейкинга							
Тема 2.1. Приемы, используемые при построении имиджа, инструментарий имиджологии	9	2	2	0	2	5	Тестирование
Тема 2.2. Имиджи личности в разных контекстах реализации : деловой имидж; политический имидж; имидж в шоу-бизнесе	9	2	2	0	2	5	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)
Тема 2.3. Имидж организации	9	2	2	0	2	5	Тестирование, Проверка

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний	
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа		
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы				
1	2	3	4	5	6	7	8	
и: технологии формирования корпоративного имиджа								решения задачи (выполнения задания)
Итого подлежит изучению	72	16	16	0	16	40		

4.3. Содержание дисциплины. Распределение часов по темам и видам учебной работы

Форма обучения: заочная

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	8
Раздел 1. Теоретические основы имиджмейкинга							
Тема 1.1. Введение в дисциплину: имиджелогия как наука, история становления общественного и научного интереса к феномену имиджа, профессия имиджмейкера	8	2	0	0	0	6	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)
Тема 1.2. Общая хар	8	2	0	0	0	6	Тестирование

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	8
актеристика имиджа. Типы имиджей							
Тема 1.3. Имидж в системе социальных коммуникаций	8	0	0	0	0	8	Тестирование
Тема 1.4. Построение имиджа: модели и технологии	8	0	0	0	0	8	Тестирование
Тема 1.5. Технологии управление имиджем	8	0	0	0	0	8	Тестирование
Раздел 2. Прикладные аспекты имиджмейкинга							
Тема 2.1. Приемы, используемые при построении имиджа, инструментов имиджологии	8	0	0	0	0	8	Тестирование
Тема 2.2. Имиджи личности в разных контекстах реализации : деловой имидж; политический имидж; имидж в шоу-бизнесе	10	0	2	0	2	8	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	8
Тема 2.3. Имидж организации: технологии формирования корпоративного имиджа	10	0	2	0	0	8	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)
Итого подлежит изучению	68	4	4	0	2	60	

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Теоретические основы имиджмейкинга

Тема 1.1. Введение в дисциплину: имиджелогия как наука, история становления общественного и научного интереса к феномену имиджа, профессия имиджмейкера

Задачи изучения дисциплины. Теоретико-методологические основы имиджелогии как науки и учебной дисциплины. Связь имиджелогии с другими учебными дисциплинами. История становления и развития имиджелогии. Понятийный аппарат имиджелогии. Профессия «имиджмейкер» и ее специфика. Профессиональные качества, знания и навыки, необходимые имиджмейкеру. Социальная ответственность имиджмейкера. Роль имиджелогии в подготовке специалиста по рекламе и связям с общественностью

Тема 1.2. Общая характеристика имиджа. Типы имиджей

Имидж как комплексное понятие. Семантика понятия имидж. Приоритетные функции имиджа. Три подхода к имиджу: функциональный, сопоставительный, контекстный. Варианты имиджа, присущие функциональному подходу: зеркальный, текущий, желаемый, корпоративный множественный. Отрицательный имидж. Закрытый имидж. Индивидуальный имидж. Профессиональный имидж

Тема 1.3. Имидж в системе социальных коммуникаций

Имидж как инструмент общения в социальной среде. Взаимосвязь менталитета и имиджа. Многоканальность воздействия как необходимое условие формирования позитивного имиджа. Каналы коммуникации, участвующие в процессе построения имиджа. Визуальное сообщение как

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

лидер по эффективности воздействия на аудиторию. Роль средств массовой информации в формировании имиджа. Лидеры мнений и их роль в процессе «горизонтального» распространения информации.

Тема 1.4. Построение имиджа: модели и технологии

Процесс построения имиджа как культивирование необходимой реакции на объект. Зависимость имиджа от конкретного исторического периода. Учет общественного мнения при построении имиджа. Треугольник имиджа: реальный, идеальный и созданный образы. Четырехтактная модель (алгоритм) формирования имиджа: определение требований аудитории, определение сильных и слабых сторон объекта, конструирование образа, перевод модели в реальность. Зависимость формируемого имиджа от характеристик аудитории: пола, возраста, религии, национальности и т.д. «Атмосфера» места.

Тема 1.5. Технологии управление имиджем

Процесс управления имиджем как интенсивное введение информации с прогнозируемой реакцией на нее. Факторы, влияющие на процесс управления имиджем: требования канала коммуникации, требования аудитории, требования задачи, возможности объекта. Системный характер введения имиджа в массовое сознание. Эмоциональная и рациональная составляющие. Четыре подхода к процессу построения и управления имиджем: маркетинговый, социологический, ситуативный, коммуникативный. Технология формирования имиджа личности. Стадии процесса консультирования по формированию имиджа: установление контакта; техника наблюдения; активное слушание; техника вопросов. Эскиз имиджа. Групповое и индивидуальное имиджирование

Раздел 2. Прикладные аспекты имиджмейкинга

Тема 2.1. Приемы, используемые при построении имиджа, инструментарий имиджелогии

Позиционирование как основная стратегия. Структура позиционирования (трансформация, утрировка, перевод). Манипулирование. Два уровня воздействия при манипулировании: скрытый и явный. Мифологизация. Типология мифологических образов. Основные черты мифологизации. Вербализация и визуализация. НЛП, критика подхода. Подача противоречивых сигналов. Детализация и акцентирование.

Тема 2.2. Имиджи личности в разных контекстах реализации: деловой имидж; политический имидж; имидж в шоу-бизнесе

Деловой имидж. Понятие делового имиджа принципы построения и формы его выражения. Габитарная, средовая, кинетическая и вербальная составляющие имиджа Личностный и профессиональный имидж. Понятие политического имиджа. Цели, задачи и пути построения имиджа политического лидера. Политический имидж и мифология. Специфика работы имиджмейкера при построении политического имиджа. Цели, задачи и средства построения имиджа в шоу-бизнесе. Особенности «имиджа звезды»: ориентация на потребности зрителя, стертость лишней информации, яркость вводимого образа. Зрелищность имиджа как необходимое условие

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

выхода на массовую аудиторию. Использование слухов и скандалов в формировании имиджа. Роль средств массовой информации при формировании имиджа в шоу-бизнесе

Тема 2.3. Имидж организации: технологии формирования корпоративного имиджа

Цели, задачи и принципы формирования имиджа фирмы. Имидж и репутация. Имидж и цена. Мастер-план создания имиджа. Фундамент имиджа: положение о целях бизнеса, основанное на принципах; определение долгосрочных задач; стандарты. Факторы формирования внешнего имиджа: качество продукта; осязаемый имидж (5 чувств); реклама; общественная деятельность; связи с инвесторами, отношение персонала к работе и его внешний вид. Факторы внутреннего имиджа: финансовое планирование; кадровая политика; ориентация и тренинги сотрудников; программа поощрения. Организационная культура как основа внутреннего имиджа. Неосязаемый имидж (самоимидж). Эмоциональные связи как основа формирования имиджа.

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Раздел 1. Теоретические основы имиджмейкинга

Тема 1.1. Введение в дисциплину: имиджелогия как наука, история становления общественного и научного интереса к феномену имиджа, профессия имиджмейкера

Вопросы к теме:

Очная форма

Вопросы к семинару по теме 1:

- Имиджелогия как наука, история становления общественного и научного интереса к феномену имиджа, профессия имиджмейкера.
- Профессиональные качества, знания и навыки, необходимые имиджмейкеру.
- Социальная ответственность имиджмейкера.
- Роль имиджелогии в подготовке специалиста по рекламе и связям с общественностью.

Подготовка к семинару: изучение учебной, справочной, научно-методической

литературы, конспектов темы.

Практическое задание 1: «Имиджмейкинг и имиджмейкер». Используя информацию из Интернета (в т.ч. региональных сайтов – новостных и сайтов коммерческих компаний и имидж-студий), найти материалы об известных имиджмейкерах и имидж-мастерах современности (мирового, общероссийского и регионального уровней), методах их работы и наиболее успешных проектах. По итогам интернет-мониторинга подготовьте устное выступление на семинарском занятии, сопровождаемое презентацией в Power Point

Тема 1.2. Общая характеристика имиджа. Типы имиджей

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

Вопросы к теме:

Очная форма

Вопросы к семинарскому занятию по теме 2:

- Типы имиджей.
- Варианты имиджа, присущие функциональному подходу: зеркальный, текущий, желаемый, корпоративный множественный.
- Отрицательный имидж.
- Закрытый имидж.
- Индивидуальный имидж.
- Профессиональный имидж.

Подготовка к семинару: изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы.

Тема 1.3. Имидж в системе социальных коммуникаций

Вопросы к теме:

Очная форма

Вопросы к семинарскому занятию по теме 3:

- Черты современной системы социальных коммуникаций.
- Возможности социальных медиа для формирования и продвижения имиджа
- Визуализация имиджа и возможности эффективного воздействия на аудиторию.
- Функции СМИ и лидеров мнений

Подготовка к семинару: изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы.

Тема 1.4. Построение имиджа: модели и технологии


Вопросы к теме:

Очная форма

Вопросы к семинарскому занятию по теме 4:

- Основные этапы построения имиджа.
- Четырехэтапная модель (алгоритм) формирования имиджа
- Значение определения требований аудитории
- Работа с сильными и слабыми сторонами объекта имиджирования
- Конструирование образа
- «Перевод» созданной модели в реальность.

Подготовка к семинару: изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

Тема 1.5. Технологии управление имиджем

Вопросы к теме:

Очная форма

Вопросы к семинарскому занятию по теме 5:

- Значение управления имиджем
- Общая характеристика основных подходов к управлению имиджа
- Технологии маркетингового подхода
- Технологии социологического подхода
- Технологии ситуативного подхода и коммуникационного подхода
- Психологические основания для построения и управления имиджем.

Подготовка к семинару: изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы

Раздел 2. Прикладные аспекты имиджмейкинга

Тема 2.1. Приемы, используемые при построении имиджа, инструментарий имиджелогии

Вопросы к теме:

Очная форма

Вопросы к семинарскому занятию по теме 6:

- Имидж-стратегии и приемы, используемые при построении имиджа.
- Структура позиционирования (трансформация, утрировка, перевод).
- Мифологизация.
- Вербализация и визуализация.

Домашнее задание: По вышеизложенным вопросам подготовьте устное выступление на семинарском занятии, сопровождаемое презентацией в Power Point с приведением подходящего иллюстративного материала.

Тема 2.2. Имиджи личности в разных контекстах реализации: деловой имидж; политический имидж; имидж в шоу-бизнесе


Вопросы к теме:

Очная форма

Вопросы к семинару по теме 7:

Контекстное значение имиджа личности

Роль, назначение, характерные черты и структура делового имиджа Роль, назначение, специфика

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------	------------------------------------------------------------------------------------

и структура политического имиджа Роль, назначение и особенности построения имиджа в шоу-бизнесе.

Практическое задание 2 для семинара 7. «Анализ имиджа в социальных медиа». Выберите публичную (общеизвестную) персону - это может быть общественный деятель, журналист, человек нашей профессии, политик, актёр, певец, ведущий, блогер и т.п. – и выполните анализ его страниц (аккаунтов/профилей/каналов) во всех местах онлайн- присутствия. Опишите основные принципы построения, формы выражения и применяемые для создания онлайн-имиджа технологии. По результатам подготовьте устное выступление на семинарском занятии, сопровождаемое презентацией в Power Point.

Заочная форма

Вопросы к семинару по теме 7:

Контекстное значение имиджа личности

Роль, назначение, характерные черты и структура делового имиджа Роль, назначение, специфика и структура политического имиджа Роль, назначение и особенности построения имиджа в шоу-бизнесе.

Практическое задание 2 для семинара 7. «Анализ имиджа в социальных медиа». Выберите публичную (общеизвестную) персону - это может быть общественный деятель, журналист, человек нашей профессии, политик, актёр, певец, ведущий, блогер и т.п. – и выполните анализ его страниц (аккаунтов/профилей/каналов) во всех местах онлайн- присутствия. Опишите основные принципы построения, формы выражения и применяемые для создания онлайн-имиджа технологии. По результатам подготовьте устное выступление на семинарском занятии, сопровождаемое презентацией в Power Point.

Тема 2.3. Имидж организации: технологии формирования корпоративного имиджа


Вопросы к теме:

Очная форма

Вопросы к семинару по теме 8:

- Значение имиджа для организации.
- Примеры имиджей ведущих мировых и отечественных корпораций
- Факторы формирования внешнего имиджа организации: качество продукта; осязаемый имидж (5 чувств)
- Значение рекламы для имиджа организации
- Роль общественной деятельности и участие в социальной жизни для имиджа организации
- Работа с инвесторами в контексте имиджевой политики организации
- Специфика кадровой политики для имиджа организации

Практическое задание 3 для семинара 8. «Имидж региональных компаний». Работа над итоговым творческим заданием в малых группах. Сбор и анализ материала по имиджу региональных компаний. По результатам работы публичная защита группового проекта, сопровождаемое презентацией в Power Point

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

Заочная форма

Вопросы к семинару по теме 8:

- Значение имиджа для организации.
- Примеры имиджей ведущих мировых и отечественных корпораций
- Факторы формирования внешнего имиджа организации: качество продукта; осязаемый имидж (5 чувств)
- Значение рекламы для имиджа организации
- Роль общественной деятельности и участие в социальной жизни для имиджа организации
- Работа с инвесторами в контексте имиджевой политики организации
- Специфика кадровой политики для имиджа организации

Практическое задание 3 для семинара 8. «Имидж региональных компаний». Работа над итоговым творческим заданием в малых группах. Сбор и анализ материала по имиджу региональных компаний. По результатам работы публичная защита группового проекта, сопровождаемое презентацией в Power Point

7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ, ПРАКТИКУМЫ


Данный вид работы не предусмотрен УП.

8. ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ, КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ, РЕФЕРАТОВ

Данный вид работы не предусмотрен УП.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

1. История становления и развития имиджелогии: мировой опыт.
2. Современное состояние развития науки об имидже в России.
3. Профессия «имиджмейкер» и ее специфика.
4. Распространение профессии имиджмейкер и область решаемых задач.
5. Понятие технологии имиджемейкинга.
6. Понятие имиджевой стратегии. Проблема выбора.
7. Основные типы имиджа: краткая характеристика.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

8. Проблема классификации имиджей.
9. Психология имиджа в системе социально-психологического знания.
10. Основы психологии восприятия.
11. Теория образа.
12. Понятие аттитюда и специфика организации восприятия.
13. Понятие стереотипа и динамика стереотипов при восприятии имиджей.
14. Основы методологии изучения имиджа.
15. Характеристика методов исследования имиджа.
16. Технологии имидж-диагностики.
17. Имидж как составляющая репутации. Соотношение понятий имидж и репутация.
18. Самоимидж, воспринимаемый имидж и требуемый имидж: взаимосвязь и различия.
19. Влияние характеристик аудиторий на формируемый имидж.
20. Массовое сознание и архитектурные конструкции при восприятии имиджей.
21. Приемы, используемые при построении имиджа.
22. Технология построения имиджа личности.
23. Внутреннее и публичное «Я» человека. Взаимосвязь и различия.
24. Регулирование и коррекция индивидуального имиджа
25. Проблема управления впечатлением, коррекция самоподачи Я-образа
26. Деловой имидж и формы выражения делового имиджа.
27. Социально-психологические основания для построения имиджа.
28. Влияние конкретной исторической обстановки на формируемый имидж.
29. Зависимость имиджа от характеристик аудитории.
30. Вербальный канал и его значение в формировании имиджа.

31. Визуальные символы воздействия при формировании имиджа.
32. Политический имидж: специфика формирования и управления.
33. Элементы имиджа политического лидера
34. Технологии управления имиджем в политических кампаниях
35. Корпоративный имидж и его значение.
36. Структура корпоративного имиджа
37. Стратегии создания имиджа фирмы.
38. Внешний имидж фирмы, характеристика его элементов
39. Внутренний имидж фирмы и его влияние на внешний имидж.
40. Цели и задачи руководителя в работе по формированию имиджа компании

10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ

Содержание, требования, условия и порядок организации самостоятельной работы обучающихся с учетом формы обучения определяются в соответствии с «Положением об организации самостоятельной работы обучающихся», утвержденным Ученым советом УлГУ (протокол №8/268 от 26.03.2019г.).

По каждой форме обучения: очная/заочная/очно-заочная заполняется отдельная таблица


Форма обучения: очная

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др).	Объем в часах	Форма контроля (проверка решения задач, реферата и др.)
Раздел 1. Теоретические основы имиджмейкинга			
Тема 1.1. Введение в дисциплину: имиджелогия как наука, история становления общественного и научного интереса к феномену имиджа, профессия имиджмейкера	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	5	Тестирование

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------	------------------------------------------------------------------------------------

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др).	Объем в часах	Форма контроля (проверка решения задач, реферата и др.)
Тема 1.2. Общая характеристика имиджа. Типы имиджей	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	5	Тестирование
Тема 1.3. Имидж в системе социальных коммуникаций	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	5	Тестирование
Тема 1.4. Построение имиджа: модели и технологии	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	5	Тестирование
Тема 1.5. Технологии управление имиджем	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	5	Тестирование
Раздел 2. Прикладные аспекты имиджмейкинга			
Тема 2.1. Приемы, используемые при построении имиджа, инструментарий имиджологии	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	5	Тестирование
Тема 2.2. Имиджи личности в разных контекстах реализации: деловой имидж; политический имидж; имидж в шоу-бизнесе	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	5	Тестирование
Тема 2.3. Имидж организации: технологии формирования корпоративного имиджа	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	5	Тестирование

Форма обучения: заочная

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др).	Объем в часах	Форма контроля (проверка решения задач, реферата и др.)
Раздел 1. Теоретические основы имиджмейкинга			
Тема 1.1. Введение в дисциплину: имиджелогия как наука, история становления общественного и научного интереса к феномену имиджа, профессия имиджмейкера	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	6	Тестирование
Тема 1.2. Общая характеристика имиджа. Типы имиджей	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	6	Тестирование
Тема 1.3. Имидж в системе социальных коммуникаций	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	8	Тестирование
Тема 1.4. Построение имиджа: модели и технологии	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	8	Тестирование
Тема 1.5. Технологии управление имиджем	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	8	Тестирование
Раздел 2. Прикладные аспекты имиджмейкинга			
Тема 2.1. Приемы, используемые при построении имиджа, инструментарий имиджелогии	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	8	Тестирование
Тема 2.2. Имиджи личности в разных контекстах реализации: деловой имидж; политический имидж; имидж в шоу-бизнесе	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	8	Тестирование
Тема 2.3. Имидж организации: технологии формирования корпоративного имиджа	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	8	Тестирование

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------	------------------------------------------------------------------------------------

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ


а) Список рекомендуемой литературы

основная

1. Семенова Л. М. Имиджмейкинг : учебник и практикум / Л. М. Семенова. - Москва : Юрайт, 2024. - 141 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/542098> . - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-11004-3 : 589.00. / .— ISBN 0_529329
2. Ильин В. А. Психология лидерства : учебник / В. А. Ильин. - Москва : Юрайт, 2024. - 311 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/536045> . - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-01559-1 : 1039.00. / .— ISBN 0_524481
3. Селентьева Д. О. Политическая имиджелогия : учебное пособие / Д. О. Селентьева. - 2-е изд. ; испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2024. - 164 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/537543> . - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-06386-8 : 769.00. / .— ISBN 0_525279

дополнительная

1. Беляева, М. А. Азы имиджелогии. Имидж личности, организации, территории : учебное пособие для вузов / М. А. Беляева, В. А. Самкова ; М. А. Беляева, В. А. Самкова. - Москва, Екатеринбург : Кабинетный ученый, 2017. - 228 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - Текст. - Весь срок охраны авторского права. - электронный. - Электрон. дан. (1 файл). - URL: <http://www.iprbookshop.ru/75000.html>. - Режим доступа: ЭБС IPR BOOKS; для авторизир. пользователей. - ISBN 978-5-7584-0140-8. / .— ISBN 0_144283
2. Беленко, В. Е. Имиджелогия. Стратегии и тактики имиджевой коммуникации : учебное пособие / В. Е. Беленко, М. П. Беленко ; В. Е. Беленко, М. П. Беленко. - Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2010. - 140 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - Текст. - Гарантированный срок размещения в ЭБС до 05.02.2025 (автопродлонгация). - электронный. - Электрон. дан. (1 файл). - URL: <http://www.iprbookshop.ru/44920.html>. - Режим доступа: ЭБС IPR BOOKS; для авторизир. пользователей. - ISBN 978-5-7782-1393-7. / .— ISBN 0_130247
3. Шарков Феликс Изосимович. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы : Учебное пособие / Ф.И. Шарков ; Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации. - 5. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 270 с. - ВО - Бакалавриат. - <http://znanium.com/catalog/document?id=358568>. - <https://znanium.com/cover/1093/1093679.jpg>. - Режим доступа: ЭБС Znanium; по подписке. - ISBN 978-5-394-03640-8. / .— ISBN 0_455769
4. Организационная культура : учебник и практикум / В. Г. Смирнова, Г. Р. Латфуллин, Ю. В. Воскресенская [и др.]. - Москва : Юрайт, 2024. - 306 с. - (Высшее образование). - URL:

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------	------------------------------------------------------------------------------------

<https://urait.ru/bcode/536208> . - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-01440-2 : 1269.00. / .— ISBN 0_526230

5. Белобрагин, В. В. Психология имиджа отечественного шоу-бизнеса : учебно-методическое пособие / В. В. Белобрагин. - Москва : Научный консультант, 2024. - 54 с. - Книга находится в премиум-версии IPR SMART. - Текст. - Гарантированный срок размещения в ЭБС до 13.06.2029 (автопродлонгация). - электронный. - Электрон. дан. (1 файл). - URL: <https://www.iprbookshop.ru/140285.html>. - ISBN 978-5-9909964-1-0. / .— ISBN 0_544430

учебно-методическая

1. Андреева Ю. В. Технологии имиджмейкинга : учебно-методические указания для студентов направления бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» / Ю. В. Андреева ; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - 2019. - Загл. с экрана. - Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 323 КБ). - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный. / .— ISBN 0_41684.

б) Программное обеспечение

- Операционная система "Альт образование"
- Офисный пакет "Мой офис"

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:


1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2024]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. – Москва, [2024]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. – Москва, [2024]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. Консультант врача. Электронная медицинская библиотека : база данных : сайт / ООО Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг. – Москва, [2024]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Букап. – Томск, [2024]. – URL: <https://www.books-up.ru/ru/library/> . – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------	------------------------------------------------------------------------------------

1.6. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. – Санкт-Петербург, [2024]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.7. ЭБС **Znanium.com** : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2024]. - URL: <http://znanium.com> . – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. /ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2024].

3. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». – Москва, [2024]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2024]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО». – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

6. Электронная библиотечная система УлГУ : модуль «Электронная библиотека» АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.


12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

Аудитории для проведения лекций, семинарских занятий, для выполнения лабораторных работ и практикумов, для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций (*выбрать необходимое*)

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской. Аудитории для проведения лекций оборудованы мультимедийным оборудованием для представления информации большой аудитории. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде, электронно-библиотечной системе. Перечень оборудования, используемого в учебном процессе:

- Мультимедийное оборудование: компьютер/ноутбук, экран, проектор/телевизор
- Компьютерная техника

13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

Разработчик	Доцент Кандидат психологических наук	Андреева Юлия Витальевна
	Должность, ученая степень, звание	ФИО