


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

**УТВЕРЖДЕНО**  
решением Ученого совета

факультета культуры и искусства  
от «15» мая 2023 г., протокол №14/258



Председатель  /Н.С. Сафронов/  
Зав. кафедрой дизайна (подпись)  
искусства интерьера факультета  
культуры и искусства  
Е.Л.Силантьева (по доверенности  
№ 321/08 от 06.02.2023г.)

### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Технологии имиджемейкинга
Факультет	ФКИ
Кафедра	Кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии
Курс	3

Направление (специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Профиль: реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях

(код направления (специальности), полное наименование)

Форма обучения: очно-заочная

Дата введения в учебный процесс УлГУ: « 1 » сентября 2023г.


Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол №9 от 14.05.2024 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 Ю.В.	СОРиК	к.пс.н.

<b>СОГЛАСОВАНО</b>
Заведующий выпускающей кафедрой
 _____ А.К. Магомедов / Подпись <span style="float: right;">ФИО</span> «10»_05_2023 г.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

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


## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Дисциплина «Технологии имиджмейкинга» относится к базовой части дисциплин учебного плана.

**Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения:** К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать основные аспекты функционирования современных коммуникаций. Предшествующие дисциплины:

- Основы теории и практики рекламы
- Основы теории и практики связей с общественностью
- Основы теории коммуникации
- Технологии деловой коммуникации в рекламе и связях с общественностью
- Основы маркетинга
- Методика изучения исторической информации
- Введение в медиаисследования и медиаизмерения
- Теория и практика массовой информации
- Социология массовых коммуникаций
- Психология массовых коммуникаций
- Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
- Планирование PR-кампаний

**Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:**

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		


В содержательном плане и в логической последовательности изучения дисциплин она является основанием для последующего изучения дисциплин:

- Демография и социальная статистика
- Основы интегрированных коммуникаций
- Планирование рекламных кампаний
- Поведение потребителей
- Профессионально-творческая практика
- Научно-исследовательская работа
- Преддипломная практика
- Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
- Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

### 3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ:

Перечень формируемых компетенций в процессе освоения материала по дисциплине в соответствии с ФГОС ВО:

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 и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	<p><b>Знать:</b> 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><b>Уметь:</b> 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><b>Владеть:</b> 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><b>Знать:</b> основные концепции и направления современного предпринимательства, анализировать во взаимосвязи экономические явления, запросы и потребности общества и аудитории, использовать экономические знания в профессиональной деятельности;</p> <p><b>Уметь:</b> 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><b>Владеть:</b> - навыками и методами применения различных средств коммуникаций на основе</p>

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		
	выявления, анализа и оценки запросов общества и аудитории.	

#### 4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) 3

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения очно-заочная)			
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам		
		6	7	
1	2	3	4	5
Контактная работа обучающихся с преподавателем	26	26		
Аудиторные занятия:				
Лекции	8	8		
семинарские и практические занятия	18	18		
лабораторные работы (лабораторный практикум)				
Самостоятельная работа	82	82		
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы		Практические задания, контрольная работа		
Курсовая работа				
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)		Зачет		
Всего часов по дисциплине	108	108		

\* В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий в таблице через слеш указывается количество часов работы ППС с обучающимися для проведения занятий в дистанционном формате с применением электронного обучения

#### Содержание дисциплины (модуля). Распределение часов по темам и видам учебной работы:

Форма обучения      очно-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	
<b>Раздел 1. Теоретические основы имиджмейкинга</b>							
Тема 1. Введение в дисциплину: имиджелогия как наука, история становления общественного и научного интереса к феномену имиджа, профессия имиджмейкера	14	2	2		2	10	Устный опрос, проверка практического задания 1
Тема 2. Общая характеристика имиджа. Типы имиджей	12		2		2	10	Устный опрос
Тема 3. Имидж в системе социальных коммуникаций	12		2		2	10	Устный опрос
Тема 4. Технологии построения имиджа: модели формирования	14	2	2		2	10	Устный опрос
Тема 5. Технологии управления имиджем	14	2	2		2	10	Устный опрос, Контрольная работа
<b>Раздел 2. Прикладные аспекты имиджмейкинга</b>							
Тема 6. Инструментарий имиджелогии: приемы, используемые при построении имиджа	16	2	4		2	10	Устный опрос, подготовка презентации
Тема 7. Имиджи личности в разных контекстах реализации: деловой имидж; политический имидж; имидж в шоу-бизнесе	14		2		2	12	Устный опрос, проверка практического задания 2
Тема 8. Имидж организации: технологии формирования корпоративного имиджа	12		2		2	10	Устный опрос, проверка практического задания 3
Итого	108	8	18			82	

## 5. СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

### Раздел 1. Теоретические основы имиджмейкинга

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

## **Тема 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 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 6. 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. Подача противоречивых сигналов. Детализация и акцентирование.

### **Тема 7. 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 выхода на массовую аудиторию. Использование слухов и скандалов в формировании имиджа. Роль средств массовой

информации при формировании имиджа в шоу-бизнесе.

### **Тема 8. 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. Введение в дисциплину: имиджология как наука, история становления общественного и научного интереса к феномену имиджа, профессия имиджмейкера.**

Вопросы к семинару по теме 1:

- Имиджология как наука, история становления общественного и научного интереса к феномену имиджа, профессия имиджмейкера.
- Профессиональные качества, знания и навыки, необходимые имиджмейкеру.
- Социальная ответственность имиджмейкера.
- Роль имиджологии 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 2. Общая характеристика имиджа. Типы имиджей**

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 3. Имидж в системе социальных коммуникаций**

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 4. Построение имиджа: модели и технологии**

Вопросы к семинарскому занятию по теме 4:

- Основные этапы построения имиджа.
- Четырехтактная 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.

#### **Тема 5. Технологии управления имиджем**

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.

Контрольная работа (по теоретической части курса).

### **Раздел 2. Прикладные аспекты имиджмейкинга**

#### **Тема 6. Приемы, используемые при построении имиджа, инструментарий имиджелогии**

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 7. Имиджи личности в разных контекстах реализации: деловой имидж; политический имидж; имидж в шоу-бизнесе**

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 8. Имидж организации: технологии формирования корпоративного имиджа**

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 (ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ)

Не предусмотрено по учебному плану.

## 8. ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ

Не предусмотрено по учебному плану.

## 9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ

№	Формулировка вопроса
1.	История становления и развития имиджологии: 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.
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

## 9. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

### Общие положения

Самостоятельная работа студентов складывается из нескольких составляющих:

- работа с текстами: лекций, учебниками, дополнительной литературой, в том числе Интернет-источниками, а также конспектами лекций;
- выполнение практических заданий, подготовка презентаций, устных сообщений;
- подготовка к контрольной работе, к экзамену.

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы ( <i>проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.</i> )	Объем в часах	Форма контроля ( <i>проверка решения задач, реферата и др.</i> )
Тема 1. Введение в дисциплину: имиджелогия как наука, история становления общественного и научного интереса к феномену имиджа, профессия имиджмейкера	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы выполнение практического задания	10	Устный опрос, проверка практического задания 1
Тема 2. Общая характеристика имиджа. Типы имиджей	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы	10	Устный опрос
Тема 3. Имидж в системе социальных коммуникаций	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы	10	Устный опрос
Тема 4. Технологии построения имиджа: модели формирования	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы	10	Устный опрос
Тема 5. Технологии управления имиджем	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы подготовка к контрольной работе	10	Устный опрос, проверка результатов контрольной работы
Тема 6. Инструментарий	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной,	10	Устный опрос, проверка

имиджелогии: приемы, используемые при построении имиджа	справочной, научно-методической литературы, конспектов темы, подготовка презентации		презентации
Тема 7. Имиджи личности в разных контекстах реализации: деловой имидж; политический имидж; имидж в шоу-бизнесе	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы выполнение практического задания	12	Устный опрос, проверка практического задания 2
Тема 8. Имидж организации: технологии формирования корпоративного имиджа	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы выполнение практического задания	10	Устный опрос, проверка практического задания 3

## 10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ


### а) Список рекомендуемой литературы

#### Основная литература

1. Семенова, Л. М. Имиджмейкинг : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 141 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11004-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517753>
2. Ушакова, Н. В. Имиджелогия : учебное пособие для бакалавров / Н. В. Ушакова, А. Ф. Стрижова. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 264 с. — ISBN 978-5-394-01942-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/57073.html>

#### Дополнительная литература

1. Беляева, М. А. Азы имиджелогии. Имидж личности, организации, территории: учебное пособие для вузов / М. А. Беляева, В. А. Самкова. — 2-е изд. — Москва, Екатеринбург: Кабинетный ученый, 2017. — 228 с. — ISBN 978-5-7584-0140-8. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/75000.html>
2. Беленко В. Е. Имиджелогия. Стратегии и тактики имиджевой коммуникации: учебное пособие / В. Е. Беленко, М. П. Беленко. — Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2010. — 140 с. — ISBN 978-5-7782-1393-7. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/44920.html>
3. Шарков, Ф. И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы : учебное пособие / Ф. И. Шарков. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, 2019. — 272 с. — ISBN 978-5-394-03152-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/85162.html>
4. Семенова, Л. М. Профессиональный имиджбилдинг на рынке труда : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 243 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11387-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517497>
5. Шарков, Ф. И. Имидж фирмы. Технологии управления : учебное пособие / Ф. И. Шарков. — Москва : Академический Проект, 2006. — 272 с. — ISBN 5-8291-0764-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/36327.html>

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

#### Учебно-методическая литература

1. Андреева Ю.В. Имиджелогия : учебно-методические указания для студентов направления бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» / Ю. В. Андреева; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 320 КБ). - Текст : электронный. <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/8205>

Согласовано:

Гл. библиотекарь

Должность сотрудника научной библиотеки

/ Шевякова И.Н.


ФИО



подпись

/ 11.05.2023

дата

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

#### б) Программное обеспечение

СПС Консультант Плюс

Система «Антиплагиат.ВУЗ»

Microsoft OfficeStd 2016 RUS или «МойОфис Стандартный»

ОС Microsoft Windows

Антивирус Dr.Web Enterprise Security Suite

#### 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, [2023]. – 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, [2023]. - 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, [2023]. – 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, [2023]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Букап». – Томск, [2023]. – URL: <https://www.books-up.ru/ru/library/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.6. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС «Лань». – Санкт-Петербург, [2023]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.7. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Знаниум». – Москва, [2023]. - 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, [2023].

##### 3. Базы данных периодических изданий:

3.1. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». – Москва, [2023]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

3.2. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» (Grebinnikon) : электронная библиотека / ООО ИД «Гребенников». – Москва, [2023]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2023]. – 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.

Согласовано:

Инженер ведущий

Должность сотрудника УИИТ


/ Щуренко Ю.В.

0080

Место

19.05.2023

2023

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

## 11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Аудитории для проведения лекций, семинарских занятий, проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, групповых и индивидуальных консультаций

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской. Аудитории для проведения лекций оборудованы мультимедийным оборудованием для предоставления 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.

## 12. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ 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.

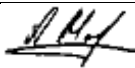

В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей

Разработчик



доцент Андреева Ю.В.

## ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения или ссылка на прилагаемый текст изменения	ФИО заведующего кафедрой, реализующей дисциплину/выпускающей кафедрой	Подпись	Дата
1	Внесение изменений в п.п. а) Список рекомендованной литературы» п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 1	Магомедов А.К.		14.05.24
2	Внесение изменений в п.п. в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 2	Магомедов А.К.		14.05.24



**10. 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: <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.

Согласовано:

Главный редактор

Должность сотрудника Научной библиотеки

/ Мамаева Е.П. /

ФИО



подпись

2024

дата

**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 «Букар». - Томск, [2024]. - URL: <https://www.books-up.ru/ru/library/>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

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 «Званиум». - 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 Mega-PRO / ООО «Дата Экспресс». - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. - Режим доступа: для пользователей научной библиотеки. - Текст : электронный.

Инженер ведущий



Щуренко Ю.В. 2024