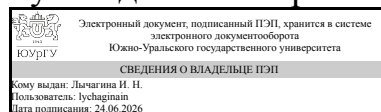


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель направления



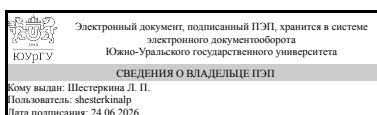
И. Н. Лычагина

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.07 Имиджелогия
для направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
уровень Бакалавриат
форма обучения заочная
кафедра-разработчик Журналистика, реклама и связи с общественностью

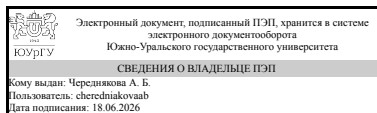
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 512

Зав.кафедрой разработчика,
д.филол.н., доц.



Л. П. Шестеркина

Разработчик программы,
д.пед.н., доц., профессор



А. Б. Черediaкова

1. Цели и задачи дисциплины

Цель – дать представление о теории и практике имиджмейкинга, его роли в обществе и профессиональной деятельности, теории имиджелогии. Задачи: - изучить базовые основы теории и практики имиджмейкинга, имиджелогии как науки, как профессии и отрасли бизнеса; - рассмотреть взаимоотношение имиджмейкинга и стратегических коммуникаций в информационно-коммуникативном процессе; - рассмотреть основные методы, приемы и принципы формирования персонального, корпоративного имиджа; - познакомить с технологией построения профессионального имиджа.

Краткое содержание дисциплины

Дисциплина изучает теоретические и практические основы имиджелогии, рассматривает социокультурную природу имиджа, его виды и функции; анализирует различные аспекты имиджа личности, организации, территории, товаров и услуг; определяет критерии и технологии создания позитивного имиджа. А также базовые основы имиджмейкинга, как профессии и отрасли бизнеса. Взаимоотношение имиджмейкинга в информационно-коммуникативном процессе. Основные методы, приемы и принципы формирования персонального, корпоративного имиджа. Технологии построения профессионального имиджа.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-1 ПКО-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знает: Основные принципы построения имиджа компании (и др. объектов коммерческой и социально-общественной деятельности). Умеет: Формировать образ компании и продвигать по средствам массовых коммуникаций, проектов и мероприятий. Имеет практический опыт: В области построения имиджа организации и др. объектов (территории, личность) и его продвижения на разномасштабном уровне.
ПК-5 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	Знает: Теорию и практику имиджмейкинга, основные принципы построения профессионального образа и самопрезентации, этические и моральные принципы эффективных межличностных и массовых коммуникаций. Умеет: Формировать свой профессиональный образ с применением технологий имиджирования, выстраивать коммуникации на основе приемов аттракции, эмпатии, открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности Имеет практический опыт: Управления технологиями имиджмейкинга, самопрезентации и применяет их в профессиональных межличностных, корпоративных и массовых

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Нет	1.Ф.10 Практикум по видам профессиональной деятельности, 1.Ф.08 Корпоративная культура, 1.Ф.04 Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью, 1.Ф.12 Технологии управления общественным мнением

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Нет

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 ч., 8,25 ч. контактной работы с применением дистанционных образовательных технологий

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		5
Общая трудоёмкость дисциплины	72	72
<i>Аудиторные занятия:</i>	4	4
Лекции (Л)	0	0
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	4	4
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	63,75	63,75
семестровая	27,75	27,75
Анализ персонального имиджа медийной персоны	15	15
реферат	21	21
Консультации и промежуточная аттестация	4,25	4,25
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	зачет

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Имидж как социокультурный феномен.	1	0	1	0
2	Имидж-технологии.	1	0	1	0

3	Корпоративный имидж как объект управления.	1	0	1	0
4	Имидж территории как объект управления.	1	0	1	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Введение в имиджелогии. Становление имиджелогии как науки. Предпосылки возникновения имиджа.	0
2	2	Я-концепция К. Роджерса в системе персонального имиджа. Психологический феномен имиджа. Габитарный и поведенческий имидж, гендерные отличия имиджа.	0
3	3	Структура корпоративного имиджа. Роль бренда в формировании корпоративного имиджа.	0
4	4	Основные слагаемые имиджа территории. Жизненный цикл территории.	0

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Эссе на любую из предложенных тем: - Профессиональный образ рекламиста и PR-менеджера в современной действительности - Эволюция образа рекламиста, PR-менеджера от средневековья до наших дней - Образ рекламиста и PR-менеджера в кинематографе и литературе 1. Афоризмы, цитаты из трудов классиков, народные поговорки и пословицы об имидже (пояснить связь с имиджелогией) 2. Прокомментировать смысл афоризма "Не создавайте для своей светлости фон из темных личностей" 3. "Культурный имидж", "субкультурный имидж", "антикультурный имидж" - их отличия друг от друга, привести конкретные примеры и представить носителей такого рода имиджей (презентация)	1
2	2	1. Дать ответ на вопросы: - Какие качества нужны для эффективной профессиональной деятельности? - Какие есть и уже действуют? - Какие есть, но они не проявляются? - Каких нет, но они необходимы и их нужно выработать? 2. Приведите конкретные примеры (презентация) 1. проявления внешней и внутренней телесности 2. техник тела (М. Мосс), обладающих этно-национальной спецификой. I. Тесты: 1. я-бренд 2. габитарный имидж 3. коммуникативные навыки 4. определение степени стремления к успеху II. Self-branding и самомаркетинг в профессиональной и личной сфере (доклад-презентация). Самопрезентация: (разработать мудборд о себе), портфолио (разработать лендинг-резюме о себе). (доклад-презентация).	1
3	3	Имидж корпорации в эпоху концепции "Новой этики". Привести примеры корпоративных имиджей (на основе моделей А.Н. Чумикова и Б. Джи) и продемонстрировать как данные компании следят за соблюдением законов "Новой этики" поведения бренда на рынке. (презентация)	1
4	4	Имидж территории. Решения кейса по формированию имиджа представителя региона страны. Брендинг городов и городская идентичность. Из чего складывается брендинг территорий. Привести конкретные примеры стратегий формирования имиджа региона, города, его бренда. на основе отечественного и зарубежного опыта (презентация).	1

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол-во часов
семестровая	Череднякова, А. Б. Заглавие Имиджелогия. Теория и практика [Текст] : учеб. пособие по направлению "Реклама и связи с общественностью" / А. Б. Череднякова ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Маркетинг. коммуникации ; ЮУрГУ Выходные данные Челябинск : Издательский Центр ЮУрГУ , 2016 URL http://www.lib.susu.ac.ru/ftd?base=SUSU_METHOD&key=000552431 Объем 149, [1] с. : ил. + электрон. версия	5	27,75
Анализ персонального имиджа медийной персоны	Панасюк, А. Ю. Я - Ваш имиджмейкер и готов помочь сформировать Ваш профессиональный имидж А. Ю. Панасюк; Акад. нар. хоз-ва при Правительстве Рос. Федерации. - 2-е изд., испр. - М.: Дело, 2004. - 238, [1] с.	5	15
реферат	Алехина, И. Имидж и этикет в бизнесе И. Алехина. - 2-е изд., испр. - М.: Дело, 2005. - 111, [1] с.	5	21

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учитывается - ется в ПА
1	5	Текущий контроль	Задание 1. Эссе на любую из предложенных тем: - Профессиональный образ рекламиста и PR-менеджера в современной действительности - Эволюция образа рекламиста, PR-менеджера от средневековья до наших дней - Образ рекламиста и PR-менеджера в кинематографе и литературе Задание	1	12	12 баллов – задания выполнены полностью; 9 баллов – задания выполнены с достаточной степенью полноты; 5 баллов – задания выполнены удовлетворительно, имеются определенные недостатки по полноте и содержанию ответов; 3 баллов – задания не закончены, раскрыты неудовлетворительно с точки зрения полноты и глубины изложения материала; 0 баллов – задания не выполнены.	зачет

			21. Афоризмы, цитаты из трудов классиков, народные поговорки и пословицы об имидже (пояснить связь с имиджелогией) 2. Прокомментировать смысл афоризма "Не создавайте для своей светлости фон из темных личностей" 3. "Культурный имидж", "субкультурный имидж", "антикультурный имидж" - их отличия друг от друга, привести конкретные примеры и представить носителей такого рода имиджей (презентация).				
2	5	Текущий контроль	Я-концепция. Дать ответ на вопросы: - Какие качества нужны для эффективной профессиональной деятельности? - Какие есть и уже действуют? - Какие есть, но они не проявляются? - Каких нет, но они необходимы и их нужно выработать? 2. Приведите конкретные примеры (презентация) 1. проявления внешней и внутренней телесности 2. техник тела (М. Мосс), обладающих этно-национальной спецификой.	1	12	12 баллов – задания выполнены полностью; 9 баллов – задания выполнены с достаточной степенью полноты; 5 баллов – задания выполнены удовлетворительно, имеются определенные недостатки по полноте и содержанию ответов; 3 балла – задания не закончены, раскрыты неудовлетворительно с точки зрения полноты и глубины изложения материала; 0 баллов – задания не выполнены.	зачет
3	5	Текущий контроль	Самопрезентация и тестирование: 1. я-бренд 2. Габитарный имидж 3. Коммуникативные навыки 4. Стремление личности к успеху II. Self-branding и самомаркетинг в профессиональной и личной сфере (доклад-	1	12	12 баллов – задания выполнены полностью; 9 баллов – задания выполнены с достаточной степенью полноты; 5 баллов – задания выполнены удовлетворительно, имеются определенные недостатки по полноте и содержанию ответов; 3 баллов – задания не закончены, раскрыты неудовлетворительно с точки зрения полноты и глубины	зачет

			презентация). 2. Самопрезентация: (разработать мудборд о себе), портфолио (разработать лендинг-резюме о себе). (доклад-презентация).			изложения материала; 0 баллов – задания не выполнены.	
4	5	Текущий контроль	Имидж корпорации в эпоху концепции "Новой этики". Привести примеры корпоративных имиджей (на основе моделей А.Н. Чумикова и Б. Джи) и продемонстрировать как данные компании следят за соблюдением законов "Новой этики" поведения бренда на рынке. (презентация)	1	10	12 баллов – задания выполнены полностью; 9 баллов – задания выполнены с достаточной степенью полноты; 5 баллов – задания выполнены удовлетворительно, имеются определенные недостатки по полноте и содержанию ответов; 3 баллов – задания не закончены, раскрыты неудовлетворительно с точки зрения полноты и глубины изложения материала; 0 баллов – задания не выполнены.	зачет
5	5	Текущий контроль	1. Имидж территории. Решения кейса по формированию имиджа представителя региона страны. 2. Привести конкретные примеры стратегий формирования имиджа региона, города, его бренда. на основе отечественного и зарубежного опыта (презентация).	1	12	12 баллов – задания выполнены полностью; 9 баллов – задания выполнены с достаточной степенью полноты; 5 баллов – задания выполнены удовлетворительно, имеются определенные недостатки по полноте и содержанию ответов; 3 баллов – задания не закончены, раскрыты неудовлетворительно с точки зрения полноты и глубины изложения материала; 0 баллов – задания не выполнены.	зачет
6	5	Промежуточная аттестация	Семестровая работа "Я-образ"	-	40	40 баллов – семестровая выполнена полностью, с грамотной защитой и презентацией; 30 баллов – семестровая выполнена с достаточной степенью полноты с защитой и презентацией ; 20 баллов – семестровая выполнена удовлетворительно, имеются определенные недостатки по полноте и содержанию ответов; 7 баллов – семестровая не закончена, раскрыты неудовлетворительно с точки зрения полноты и глубины изложения материала; 0 баллов – семестровая не выполнена.	зачет

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид	Процедура проведения	Критерии
-----	----------------------	----------

промежуточной аттестации		оценивания
зачет	Промежуточная аттестация проводится при условии, если студент не набрал необходимое количество баллов на основе текущей результатов аттестации. Зачет проводится в виде защиты семестровой работы с сопровождением презентации. ИЛИ Зачет проводится устно, по билетам. Студент отвечает на два вопроса из списка вопросов для подготовки к зачету. Суммарный балл зачета оценивается 40 баллами. Зачет состоит из 2 вопросов. Максимальная оценка за каждый вопрос составляет 20 баллов. При оценке каждого вопроса используется шкала оценки: 20 баллов – вопрос раскрыт полностью; 15 баллов – вопрос раскрыт хорошо, с достаточной степенью полноты; 10 баллов – вопрос раскрыт удовлетворительно, имеются определенные недостатки по полноте и содержанию ответа; 5 баллов – ответ не является логически законченным и обоснованным, вопрос раскрыт неудовлетворительно с точки зрения полноты и глубины изложения материала; 0 баллов – в ответе приводятся бессистемные сведения, относящиеся к поставленному вопросу, но не дающие ответа на него. Зачет считается сдан, если в сумме за два вопроса набрано 24 балла (60 % от 40 баллов)	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ					
		1	2	3	4	5	6
ПК-1	Знает: Основные принципы построения имиджа компании (и др. объектов коммерческой и социально-общественной деятельности).	+		+	+	+	+
ПК-1	Умеет: Формировать образ компании и продвигать по средствам массовых коммуникаций, проектов и мероприятий.	+		+	+	+	+
ПК-1	Имеет практический опыт: В области построения имиджа организации и др. объектов (территории, личность) и его продвижения на разномасштабном уровне.	+		+	+	+	+
ПК-5	Знает: Теорию и практику имиджмейкинга, основные принципы построения профессионального образа и самопрезентации, этические и моральные принципы эффективных межличностных и массовых коммуникаций.		+				+
ПК-5	Умеет: Формировать свой профессиональный образ с применением технологий имиджирования, выстраивать коммуникации на основе приемов аттракции, эмпатии, открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности		+				+
ПК-5	Имеет практический опыт: Управления технологиями имиджмейкинга, самопрезентации и применяет их в профессиональных межличностных, корпоративных и массовых коммуникациях.		+				+

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Алехина, И. Имидж и этикет в бизнесе И. Алехина. - 2-е изд., испр. - М.: Дело, 2005. - 111, [1] с.
2. Панасюк, А. Ю. Я - Ваш имиджмейкер и готов помочь сформировать Ваш профессиональный имидж А. Ю. Панасюк; Акад. нар. хоз-ва при Правительстве Рос. Федерации. - 2-е изд., испр. - М.: Дело, 2004. - 238, [1] с.

б) дополнительная литература:

1. Профессиональная культура специалиста по связям с общественностью [Текст] монография Е. П. Соколова и др.; под ред. Е. П. Соколовой и др.; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Массовой коммуникация ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательство ЮУрГУ, 2009. - 216, [1] с.
2. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью : теория и практика [Текст] учеб. пособие для вузов по специальности "Связи с общественностью" А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров ; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Дело, 2006. - 551 с.

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

1. Пресс-служба, всерос. специализир. журн.: 16+ ,Издат. дом "Имидж-Медиа"
2. Выходные данные – М., 2011-2016

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Имиджелогия
2. Азы имиджелогии

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Имиджелогия
2. Азы имиджелогии

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Методические пособия для самостоятельной работы студента	Электронный каталог ЮУрГУ	Ю9.я7п Ч462 Автор Череднякова, А. Б. Заглавие Имиджелогия. Теория и практика [Текст] : учеб. пособие по направлению "Реклама и связи с общественностью" / А. Б. Череднякова ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Маркетинг. коммуникации ; ЮУрГУ Выходные данные Челябинск : Издательский Центр ЮУрГУ , 2016 URL http://www.lib.susu.ac.ru/ftd?base=SUSU_METHOD&key=000552431 Объем 149, [1] с. : ил. + электрон. версия

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бесспорно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. -База данных polpred (обзор СМИ)(бессрочно)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Практические занятия и семинары	410 (1)	Лабораторный комплекс активных методов обучения им. Б.Н. Христенко 410 / гук Лаборатория «Финансовые технологии в бизнесе» Материально-техническое обеспечение: 1. Моноблок (компьютер) с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 12 шт. 2. Клавиатура – 12 шт. 3. Мышь – 12 шт. Имущество: оснащение основным оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) Демонстрационное оборудование: 1. Экран – 1 шт. 2. Проектор – 1 шт. 3. Телевизор – 3 шт.
Лекции	454 (1)	Мультимедийная аудитория 454 / гук Материально-техническое обеспечение: 1. Компьютер с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 1 шт. 2. Мышь – 1 шт. 3. Клавиатура – 1 шт. 4. Монитор – 2 шт. Имущество: оснащение основным оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) Демонстрационное оборудование: 1. Мультимедийный информационный комплекс – 1 шт. 2. Проектор – 1 шт. 3. Экран – 1 шт. 4. Колонки – 2 шт.
Самостоятельная работа студента	410 (1)	Лабораторный комплекс активных методов обучения им. Б.Н. Христенко 410 / гук Лаборатория «Финансовые технологии в бизнесе» Материально-техническое обеспечение: 1. Моноблок (компьютер) с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 12 шт. 2. Клавиатура – 12 шт. 3. Мышь – 12 шт. Имущество: оснащение основным оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) Демонстрационное оборудование: 1. Экран – 1 шт. 2. Проектор – 1 шт. 3. Телевизор – 3 шт.