

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Комсомольский-на-Амуре государственный университет»

УТВЕРЖДАЮ

Декан
социально-гуманитарного факультета
(наименование факультета)
И.В. И.В. Цевелева
(подпись, ФИО)
« 26 » *июня* 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Имиджелогия

| | | |
|--|--|--------------------|
| Направление подготовки | 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" | |
| Направленность (профиль) образовательной программы | Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии | |
| Квалификация выпускника | бакалавр | |
| Год начала подготовки (по учебному плану) | 2020 | |
| Форма обучения | очная | |
| Технология обучения | традиционная | |
| Курс | Семестр | Трудоемкость, з.е. |
| 1 | 2 | 4 |
| Вид промежуточной аттестации | Обеспечивающее подразделение | |
| Экзамен | Кафедра ИК - История и культурология | |

Комсомольск-на-Амуре 2020

Разработчик рабочей программы:

Доцент, кан. ист. наук
(должность, степень, ученое звание)



(подпись)

Семёнов А.Б.
(ФИО)

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой
История и культурология
(наименование кафедры)



(подпись)

Петрунина Ж.В.

(ФИО)

Заведующий выпускающей
кафедрой¹ История и культуроло-
гия (наименование кафедры)



(подпись)

Петрунина Ж.В.

(ФИО)

¹ Согласовывается, если РПД разработана на базе выпускающей кафедры.

1 Общие положения

Рабочая программа дисциплины «Имиджелогия» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 512 от 08.06.2017, и основной профессиональной образовательной программы подготовки «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии» по направлению 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью".

| | |
|------------------------------------|---|
| Задачи дисциплины | -Сформировать представление о теоретических истоках имиджелогии (психологических, семиотических, интеракционистских, риторических и др.); -Сформировать представление о современных концепциях имиджа; - Научить оперировать инструментарием имиджелогии; -Помочь овладеть навыками построения личного имиджа. |
| Основные разделы / темы дисциплины | 1. Имиджелогия: сущность и специфика предмета. 2. Технологии имиджирования. 3. Использование имиджелогии в различных сферах деятельности. |

2 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Процесс изучения дисциплины «Имиджелогия» направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и основной образовательной программой (таблица 1):

Таблица 1 – Компетенции и индикаторы их достижения

| Код и наименование компетенции | Индикаторы достижения | Планируемые результаты обучения по дисциплине |
|---|--|---|
| Универсальные | | |
| | | |
| Общепрофессиональные | | |
| | | |
| Профессиональные | | |
| ПК-1 Способен планировать, разрабатывать и осуществлять коммуникационные проекты, владеть отдельными методами их реализации | Знает особенности, технологии и методы планирования, разработки и осуществления проектов в области рекламы и связей с общественностью Умеет самостоятельно использовать традиционные и новейшие методы и технологии разработки и осуществления проектов в области рекламы и связей с общественностью Владеет навыками разработки и осуществления коммуникационных проектов и мероприятий | Знать сущность понятий «имидж» и «репутация» Знать составные элементы структуры имиджа Уметь анализировать собственный деловой имидж и корректировать его Уметь осуществлять разработку имиджа Владеть навыками анализа имиджа Владеть навыками разработки имиджевых характеристик |

3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Имиджелогия» изучается на 1 курсе в 2 семестре.

Дисциплина входит в состав блока 1 «Дисциплины (модули)» и относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.02.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения, навыки сформированные в процессе изучения дисциплин. «Теории связи с общественностью», «Технологии рекламы».

Знания, умения и навыки, сформированные при изучении дисциплины «Имиджелогия», будут востребованы при изучении последующих дисциплин «Связи с общественностью в кризисных ситуациях», «Организация работа отдела связей с общественностью».

4 Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 4 з.е., 144 акад. час.

Распределение объема дисциплины (модуля) по видам учебных занятий представлено в таблице 2.

Таблица 2 – Объем дисциплины (модуля) по видам учебных занятий

| Объем дисциплины | Всего академических часов |
|---|----------------------------------|
| Общая трудоемкость дисциплины | 144 |
| Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), всего | 48 |
| В том числе: | |
| занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками) | 16 |
| занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия) | 32 |
| Самостоятельная работа обучающихся и контактная работа , включающая групповые консультации, индивидуальную работу обучающихся с преподавателями (в том числе индивидуальные консультации); взаимодействие в электронной информационно-образовательной среде вуза | 60 |
| Промежуточная аттестация обучающихся – Экзамен | 36 |

5 Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебной работы

Таблица 3 – Структура и содержание дисциплины (модуля)

| Наименование разделов, тем и содержание материала | Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах) | | | |
|--|--|------------------------------------|----------------------|-----|
| | Контактная работа преподавателя с обучающимися | | | СРС |
| | Лекции | Семинарские (практические занятия) | Лабораторные занятия | |
| Раздел 1 | | | | |
| Тема 1 Имиджелогия: сущность и специфика предмета Введение в имиджелогия. Истоки имиджелогии. Имиджелогия - отрасль современного человековедения. | 1 | 2 | | 4 |
| Тема 2 Определение понятия имиджелогии, образа, облика. Основные условия формирования имиджа. Имидж как одаренность. "Я-концепция". Самодвижущая сила. | 1 | 2 | | 4 |
| Тема 3 Имидж и символ. Разновидности имиджа. Обаяние – межличностная аттракция. Слагаемые привлекательности. | 1 | 2 | | 4 |
| Тема 4 Специфика эффекта "личного обаяния". Человек - конструктор своего имиджа. Принципы имиджелогии. Приоритетные функции имиджа (ценностные, технологические). | 1 | 2 | | 4 |
| Тема 5 Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа. Роль механизмов социально-психологического влияния в процессе формирования имиджа. | 1 | 2 | | 4 |
| Тема 6 Этические проблемы деятельности имиджмейкера по формированию имиджа клиента. | 1 | 2 | | 4 |
| Раздел 2 | | | | |
| Тема 7 Технологии имиджирования Потребности как психологические предпосылки возникновения индустрии имиджа. Каналы передачи информации. | 1 | 2 | | 4 |
| Тема 8 Тройственное понимание субъекта имиджа: субъект воспринимающий (аудитория), субъект транслирующий (прообраз) и субъект формирующий (имиджмейкер). | 1 | 2 | | 4 |
| Тема 9 Формирование имиджа как субъект- | 1 | 2 | | 4 |

| Наименование разделов, тем и содержание материала | Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах) | | | |
|--|--|------------------------------------|----------------------|-----|
| | Контактная работа преподавателя с обучающимися | | | СРС |
| | Лекции | Семинарские (практические занятия) | Лабораторные занятия | |
| субъектное взаимодействие. Формирование имиджа как создание социальной реальности в сознании людей. | | | | |
| Тема 10 Общественное мнение и общественное сознание. Когнитивные процессы в основе формирования имиджа. Социальные стереотипы и установки. Значение и личностный смысл. | 1 | 2 | | 4 |
| Тема 11 Психологический механизм принятия информации и феномен когнитивного диссонанса. Виды психологических защит, блокирующих информационное воздействие. | 1 | 2 | | 4 |
| Тема 12 Эффекты межличностного восприятия. Ошибки восприятия: их предупреждение и преодоление. | 1 | 2 | | 4 |
| Раздел 3 | | | | |
| Тема 13 Использование имиджологии в различных сферах деятельности Имидж политического лидера, руководителя и корпоративный имидж. Паблик Рилейшнз, как технологический инструмент формирования имиджа политического лидера | 1 | 2 | | 4 |
| Тема 14 . Составляющие имиджа политического лидера: персональные качества, социальные характеристики, система идеологических взглядов, политических убеждений, представление политика о самом себе (я-концепция), стиль принятия решений, стиль межличностных отношений | 1 | 2 | | 4 |
| Тема 15 Стереотипы и их роль в восприятии и создании имиджа политика (внешние данные, «эффект проецирования», «эффект ореола»). Теоретические аспекты разработки имиджа товара. Имидж и бренд товара. Анализ потребностей человека и мотивов потребителей. Рациональный и бессознательный компоненты образа. | 1 | 2 | | 2 |
| Тема 16 Изучение стиля жизни потребителей и сегментирование рынка. Факторы культуры, классовая и социальная принадлежность, экономический статус. Влияние референтных | 1 | 2 | | 2 |

| Наименование разделов, тем и содержание материала | Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах) | | | |
|--|--|------------------------------------|----------------------|-----------|
| | Контактная работа преподавателя с обучающимися | | | СРС |
| | Лекции | Семинарские (практические занятия) | Лабораторные занятия | |
| групп, понятия желательного и нежелательного коллективов. Влияние семьи, социальных ролей и статусов. Возраст покупателя, род занятий и образ жизни. Проблема мотивации: объяснение побуждений о покупке исходя из различных моделей мотивации. Восприятие товара покупателем, убеждения и отношение к товару. | | | | |
| ИТОГО по дисциплине | 16 | 32 | | 60 |

6 Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

При планировании самостоятельной работы студенту рекомендуется руководствоваться следующим распределением часов на самостоятельную работу (таблица 4):

Таблица 4 – Рекомендуемое распределение часов на самостоятельную работу

| Компоненты самостоятельной работы | Количество часов |
|--|------------------|
| Изучение теоретических разделов дисциплины | 20 |
| Подготовка к занятиям семинарского типа | 20 |
| Подготовка и оформление Контрольная работа | 20 |
| | 60 |

7 Оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации представлен в Приложении 1.

Полный комплект контрольных заданий или иных материалов, необходимых для оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю), практике хранится на кафедре-разработчике в бумажном и электронном виде.

8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

8.1 Основная литература

1. Имиджелогия. Теория и практика: Учеб. пособие для студентов вузов Учебное пособие / Горчакова В.Г. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 335 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=872660>

2. Чуланова, О.Л. Имиджелогия [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособие / О.Л. Чуланова; Сургут, гос. ун-т. - Сургут: Изд-во СурГУ, 2007. - 264 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=504923>

3. Имидж. Искусство и реальность: Учебное пособие для студентов вузов / Горчакова В.Г. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 279 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=872659>

8.2 Дополнительная литература

1. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: Учебное пособие / Ф.И. Шарков. - 2-е изд. - М.: Дашков и К: "Издательство Шаркова", 2012. - 272 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=327924>

2. Социальное пространство имиджа: Монография / М.О. Кошлякова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 152 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=376278>

8.3 Методические указания для студентов по освоению дисциплины

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.
2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.
3. Особое внимание следует уделить выполнению контрольной работы, выполнению домашних заданий по практическим занятиям.
4. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции. Для успешного освоения программы дисциплины «Брендинг» обучающимся рекомендуется придерживаться следующих методических указаний.

| Компонент учебного плана | Организация деятельности обучающихся |
|--|---|
| Лекции | Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, формулировки, выводы. Помечать важные мысли. Выделять ключевые слова, термины, формулы. Делать пометки на вопросах, терминах, блоках в тексте, которые вызывают затруднения, после чего постараться найти ответ в рекомендованной литературе. Если ответ не найден, то на консультации обратиться к преподавателю |
| Практические занятия | Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом, конспектирование основных мыслей и выводов, решение задач по алгоритму |
| Самостоятельное изучение теоретических разделов дисциплины | В процессе самостоятельного изучения разделов дисциплины перед обучающимся ставится задача усвоения теории дисциплины, запоминания основных и ключевых понятий изучаемого предмета. Обучающийся составляет краткие конспекты изученного материала. В ходе работы студент учится выделять главное, самостоятельно делать обобщающие выводы |

| | |
|------------------------|---|
| Самостоятельная работа | Для более углубленного изучения темы задания ля самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. Информация о самостоятельной работе представлена в разделе 6 "Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине" |
|------------------------|---|

8.4 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

1 Электронно-библиотечная система ZNANIUM.COM. Договор № 4378 эбс ИКЗ 20 1 2727000769 270301001 0006 001 6311 000 от 17 апреля 2020г.

2 Электронно-библиотечная система IPRbooks. Лицензионный договор № ЕП 44/13 на предоставление доступа к электронно-библиотечной системе IPRbooks ИКЗ 20 1 2727000769 270301001 0005 001 6311 000 от 27 марта 2020г.

3 Электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU (периодические издания) Договор № ЕП 44//12 на оказание услуг доступа к электронным изданиям ИКЗ 20 1 2727000769 270301001 0008 001 6311 000 от 02 марта 2020г.

8.5 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1 Официальный сайт Российской ассоциации по связям с общественностью:
<https://www.raso.ru/>

2 Специализированный портал CreateBrand: <http://www.createbrand.ru/about/>

8.6 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

С целью повышения качества ведения образовательной деятельности в университете создана электронная информационно-образовательная среда. Она подразумевает организацию взаимодействия между обучающимися и преподавателями через систему личных кабинетов студентов, расположенных на официальном сайте университета в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" по адресу <http://student.knastu.ru>.

Созданная информационно-образовательная среда позволяет осуществлять:

- фиксацию хода образовательного процесса посредством размещения в личных кабинета студентов отчетов о выполненных заданиях;

- взаимодействие между участниками образовательного процесса посредством организации дистанционного консультирования по вопросам выполнения расчетно-графических заданий.

Процесс обучения сопровождается использованием компьютерных программ: MSWord, MS PowerPoint.

Таблица 5 – Перечень используемого программного обеспечения

| Наименование ПО | Реквизиты / условия использования |
|---------------------------|---|
| Microsoft Imagine Premium | Лицензионный договор АЭ223 №008/65 от 11.01.2019 |
| OpenOffice | Свободная лицензия, условия использования по ссылке: https://www.openoffice.org/license.html |

9 Организационно-педагогические условия

Организация образовательного процесса регламентируется учебным планом и расписанием учебных занятий. Язык обучения (преподавания) — русский. Для всех видов аудиторных занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

При формировании своей индивидуальной образовательной траектории обучающийся имеет право на перезачет соответствующих дисциплин и профессиональных модулей, освоенных в процессе предшествующего обучения, который освобождает обучающегося от необходимости их повторного освоения.

9.1 Образовательные технологии

Учебный процесс при преподавании курса основывается на использовании традиционных, инновационных и информационных образовательных технологий. Традиционные образовательные технологии представлены лекциями и семинарскими (практически) занятиями. Инновационные образовательные технологии используются в виде широкого применения активных и интерактивных форм проведения занятий. Информационные образовательные технологии реализуются путем активизации самостоятельной работы студентов в информационной образовательной среде.

9.2 Занятия лекционного типа

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов учебного плана.

На первой лекции лектор обязан предупредить студентов, применительно к какому базовому учебнику (учебникам, учебным пособиям) будет прочитан курс.

Лекционный курс должен давать наибольший объем информации и обеспечивать более глубокое понимание учебных вопросов при значительно меньшей затрате времени, чем это требуется большинству студентов на самостоятельное изучение материала.

9.3 Занятия семинарского типа

Семинарские занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы.

Основной формой проведения семинаров является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях. В обязанности преподавателя входят: оказание методической помощи и консультирование студентов по соответствующим темам курса.

Активность на семинарских занятиях оценивается по следующим критериям:

- ответы на вопросы, предлагаемые преподавателем;
- участие в дискуссиях;
- выполнение проектных и иных заданий;
- ассистирование преподавателю в проведении занятий.

Ответ должен быть аргументированным, развернутым, не односложным, содержать ссылки на источники.

Доклады и оппонирование докладов проверяют степень владения теоретическим материалом, а также корректность и строгость рассуждений.

Оценивание заданий, выполненных на семинарском занятии, входит в накопленную оценку.

9.4 Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа студентов – это процесс активного, целенаправленного приобретения студентом новых знаний, умений без непосредственного участия преподавателя, характеризующийся предметной направленностью, эффективным контролем и оценкой результатов деятельности обучающегося.

Цели самостоятельной работы

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать нормативную и справочную документацию, специальную литературу;
- развитие познавательных способностей, активности студентов, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, творческой инициативы, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие исследовательских умений и академических навыков.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, уровня сложности, конкретной тематики.

Технология организации самостоятельной работы студентов включает использование информационных и материально-технических ресурсов университета.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Студенты должны подходить к самостоятельной работе как к наиважнейшему средству закрепления и развития теоретических знаний, выработке единства взглядов на отдельные вопросы курса, приобретения определенных навыков и использования профессиональной литературы.

9.5 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.
2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.
3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям и индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.
4. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.

При самостоятельной проработке курса обучающиеся должны:

- просматривать основные определения и факты;
- повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной по данной теме литературы;
- изучить рекомендованную литературу, составлять тезисы, аннотации и конспекты наиболее важных моментов;
- самостоятельно выполнять задания, аналогичные предлагаемым на занятиях;
- использовать для самопроверки материалы фонда оценочных средств.

1. Методические указания при работе над конспектом лекции

В ходе лекционных занятий необходимо вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

2. Методические указания по самостоятельной работе над изучаемым материалом и при подготовке к практическим занятиям

Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть выполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы необходимо стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

3 Методические указания по выполнению контрольной работы

Тема контрольной работы выбирается студентом самостоятельно из предложенного перечня.

Подготовка контрольной работы включает в себя поиск литературы, знакомство с ней, написание и оформление контрольной работы. Контрольная работа оформляется в соответствии с требованиями РД 013-2016 «Текстовые студенческие работы. Правила оформления» (https://knastu.ru/media/files/page_files/page_425/omk/rd/RD_013-2016_izm.3_3.pdf). Контрольная работа в оформленном виде должна включать: титульный лист, содержание, введение, основную часть с разбивкой на разделы (и, если необходимо, на подразделы), заключение, а также список использованных источников. Список должен включать, как правило, не менее пяти названий научной, научно-популярной литературы. Объем работы должен составлять от 10 до 15 страниц компьютерного набора на листах А4 с одной стороны шрифтом 14 через полтора интервала.

10 Описание материально-технического обеспечения, необходимого для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

10.1 Учебно-лабораторное оборудование

Таблица 6 – Перечень оборудования лаборатории

| Аудитория | Наименование аудитории (лаборатории) | Используемое оборудование |
|-----------|--------------------------------------|---------------------------|
| | | |
| | | |
| | | |

Отсутствует

10.2 Технические и электронные средства обучения

Лекционные занятия

Аудитории для лекционных занятий укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории (наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/ноутбук), учебно-наглядные пособия, тематические иллюстрации).

Практические занятия

Аудитории для практических занятий укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Самостоятельная работа.

Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде КНАГУ:

- читальный зал НТБ КНАГУ;

- компьютерные классы (ауд. 403 корпус № 4).

11 Иные сведения

Методические рекомендации по обучению лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах. Предполагаются специальные условия для получения образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, индивидуальными программами реабилитации инвалидов (при наличии). При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки РФ (утв. 8 апреля 2014 г. N АК-44/05вн) в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производятся с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.

Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам лиц с ОВЗ.

Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. Для студентов с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной или электронной форме (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- в печатной форме или электронной форме с увеличенным шрифтом и контрастностью (для лиц с нарушениями слуха, речи, зрения);
- методом чтения ассистентом задания вслух (для лиц с нарушениями зрения).

Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге или набором ответов на компьютере (для лиц с нарушениями слуха, речи);
- выбором ответа из возможных вариантов с использованием услуг ассистента (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- устно (для лиц с нарушениями зрения, опорно-двигательного аппарата).

При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ¹
по дисциплине

Имиджелогия

| | |
|--|---|
| Направление подготовки | <i>42.03.01 "Реклама и связи с общественностью"</i> |
| Направленность (профиль) образовательной программы | <i>Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии</i> |
| Квалификация выпускника | <i>бакалавр</i> |
| Год начала подготовки (по учебному плану) | <i>2020</i> |
| Форма обучения | <i>очная</i> |
| Технология обучения | <i>традиционная</i> |

| Курс | Семестр | Трудоемкость, з.е. |
|----------|----------|--------------------|
| <i>1</i> | <i>2</i> | <i>4</i> |

| Вид промежуточной аттестации | Обеспечивающее подразделение |
|------------------------------|---|
| <i>Экзамен</i> | <i>Кафедра ИК - История и культурология</i> |

¹ В данном приложении представлены типовые оценочные средства. Полный комплект оценочных средств, включающий все варианты заданий (тестов, контрольных работ и др.), предлагаемых обучающемуся, хранится на кафедре в бумажном и электронном виде.

1 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами образовательной программы

Таблица 1 – Компетенции и индикаторы их достижения

| Код и наименование компетенции | Индикаторы достижения | Планируемые результаты обучения по дисциплине |
|---|---|--|
| Универсальные | | |
| | | |
| Общепрофессиональные | | |
| | | |
| Профессиональные | | |
| ПК-1 Способен планировать, разрабатывать и осуществлять коммуникационные проекты, владеть отдельными методами их реализации | <p>Знает особенности, технологии и методы планирования, разработки и осуществления проектов в области рекламы и связей с общественностью</p> <p>Умеет самостоятельно использовать традиционные и новейшие методы и технологии разработки и осуществления проектов в области рекламы и связей с общественностью</p> <p>Владеет навыками разработки и осуществления коммуникационных проектов и мероприятий</p> | <p>Знать сущность понятий «имидж» и «репутация»</p> <p>Знать составные элементы структуры имиджа</p> <p>Уметь анализировать собственный деловой имидж и корректировать его</p> <p>Уметь осуществлять разработку имиджа</p> <p>Владеть навыками анализа имиджа</p> <p>Владеть навыками разработки имиджевых характеристик</p> |

Таблица 2 – Паспорт фонда оценочных средств

| Контролируемые разделы дисциплины | Формируемая компетенция | Наименование оценочного средства | Показатели оценки |
|---|-------------------------|----------------------------------|--|
| 1. Имиджелогия: сущность и специфика предмета | ПК-1 | Тест Собеседование (опрос) | Представляет основные этапы развития имиджа |
| 2. Технологии имиджирования Потребности как психологические предпосылки возникновения индустрии имиджа. Каналы передачи информации. | ПК-1 | Тест Собеседование (опрос) | Представляет основные этапы развития технологий имиджирования. |
| | | | Умеет осуществлять критический анализ о литературы по ключевым проблемам имиджирования |
| | | | Владеет навыками анализа причинно-следственных связей в развитии имиджа |

| Контролируемые разделы дисциплины | Формируемая компетенция | Наименование оценочного средства | Показатели оценки |
|--|-------------------------|------------------------------------|---|
| | | | |
| 3.Использование имиджологии в различных сферах деятельности | ПК-1 | Тест Собеседование (опрос) | Представляет основные этапы развития имиджологии в различных сферах. |
| | | | Владеет навыками анализа причинно-следственных связей |
| | | | Владеет навыками характеристики различных сфер использования имиджологии в различных сферах |
| 4.Изучение стиля жизни потребителей и сегментирование рынка. | ПК-1 | Тест Собеседование (опрос) | Представляет основы изучения стиля жизни |
| | | | Умеет логически грамотно и аргументировано доказывать свою точку зрения по вопросам изучения стиля жизни как фактора имиджа |
| | | | Владеет способностью анализировать основные этапы сегментирования рынка |
| Все разделы | ПК-1 | Экзамен (теоретические вопросы) | Знает закономерности и этапы развития имиджологии. Умеет применять основные методы исследования Владеет навыками проявления гражданской позиции как члена гражданского общества. |
| Любой раздел | ПК-1 | Контрольная работа | Знать сущность понятий «имидж» и «репутация» Знать составные элементы структуры имиджа Уметь анализировать собственный деловой имидж и корректировать его Уметь осуществлять разработку имиджа Владеть навыками анализа имиджа Владеть навыками разработки имиджевых характеристик |

2 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие процесс формирования компетенций

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, представлены в виде технологической карты дисциплины (таблица 3).

Таблица 3 – Технологическая карта

| | Наименование оценочного средства | Сроки выполнения | Шкала оценивания | Критерии оценивания |
|---|----------------------------------|--------------------|--|---|
| 2 семестр <i>Промежуточная аттестация в форме экзамена</i> | | | | |
| 1 | Тест | 14 неделя | максимально возможная сумма 30 баллов | 2 балла за правильный ответ |
| 2 | Собеседование (опрос) | В течение семестра | 3-5 баллов за каждую тему максимально возможная сумма 40 баллов | 5 баллов студент обстоятельно с достаточной полнотой излагает содержание соответствующего вопроса, речь правильна, понятна, может обосновать свой ответ, привести примеры, правильно отвечает на дополнительные вопросы 4 балла дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и оценке «5», но допускаются единичные недочеты, которые он исправляет после замечания преподавателя 3 балла ответы обрывистые, нечёткие, речь сумбурна, отсутствуют аргументы, обоснования, не верно отвечает на дополнительные вопросы |

| | Наименование оценочного средства | Сроки выполнения | Шкала оценивания | Критерии оценивания |
|---|----------------------------------|------------------|--|---|
| 3. | Контрольная работа | 14-16 неделя | максимально возможная сумма баллов 15 баллов | <p>15 баллов студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, работа характеризуется смысловой цельностью, точностью выражения мысли и последовательностью изложения, логические ошибки отсутствуют</p> <p>10 баллов студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, но недостаточно аргументировал его, работа характеризуется смысловой цельностью, но можно отметить размытость выражения мысли и отсутствие последовательности изложения, логические ошибки отсутствуют</p> <p>5 баллов студент недостаточно ясно выразил своё мнение по сформулированной им проблеме, не аргументировал его, работа характеризуется отсутствием смысловой цельности, точности выражения мысли и последовательности изложения</p> |
| 4 | Вопросы к экзамену | Сессия | максимально возможная сумма баллов 15 баллов | <p>12-15 баллов – полный ответ на все вопросы экзаменационного билета, полный ответ на дополнительные вопросы, отличное знание учебного материала.</p> <p>9-11 баллов – полный ответ на все вопросы экзаменационного билета, частичный ответ на дополнительные вопросы, хорошее знание учебного материала.</p> <p>4-8 баллов – неполный ответ на вопросы экзаменационного билета, удовлетворительное знание учебного материала.</p> <p>3 и менее баллов – студент не ответил ни на один вопрос экзаменационного билета, отсутствие знаний учебного материала.</p> |
| | Текущий контроль: | - | 85 баллов | - |
| | Экзамен: | - | 15 баллов | - |
| | ИТОГО: | - | 100 баллов | - |
| <p>Критерии оценки результатов обучения по дисциплине: 0 – 64 % от максимально возможной суммы баллов – «неудовлетворительно» (недостаточный уровень для промежуточной аттестации по дисциплине); 65 – 74 % от максимально возможной суммы баллов – «удовлетворительно» (пороговый (минимальный) уровень); 75 – 84 % от максимально возможной суммы баллов – «хорошо» (средний уровень); 85 – 100 % от максимально возможной суммы баллов – «отлично» (высокий (максимальный) уровень)</p> | | | | |

3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие процесс формирования компетенций в ходе освоения образовательной программы

3.1 Задания для текущего контроля успеваемости

Типовое тестовое задание

1. Имидж это:

- 1.Эмоционально окрашенный публичный образ кого-либо/чего-либо, принимающий форму социального стереотипа;
- 2.Стиль жизни;
- 3.Представление о желаемом образе для улучшения жизнедеятельности.

2.Обаятельный человек – это тот, которому свойственны:

- 1.Хитрость, коварство, угодничество, уступчивость и др.;
- 2.Неординарность, остроумие, выразительность, внимательность и др.;
- 3.Решительность, манипулятивность, простодушие и др.

3.К гендерным стереотипам можно отнести такое положение:

- 1.Мужчины имеют право на неконтролируемое поведение;
- 2.Умная женщина несчастлива в личной жизни;
- 3.Мужчины не плачут

4.К возрастным стереотипам можно отнести такое положение:

- 1.Пожилые люди – консерваторы;
- 2.Молодежь настроена на усердную работу;
- 3.Японцы трудолюбивы.

5.Самопрезентация – это умение сконцентрировать внимание окружающих на:

- 1.Демонстрации вашей учености и образованности;
- 2.Ваших несомненных достоинствах и увести внимание партнеров от ваших недостатков;
- 3.Демонстрации окружающим вашего несомненного превосходства над ними.

6.Комплимент – это:

- 1.Положительная оценка качеств собеседника;
- 2.Небольшое преувеличение достоинств собеседника;
- 3.Чрезмерное преувеличение качеств собеседника.

7. Синий цвет чаще всего ассоциируется:

- 1.С активностью;
- 2.С покоем и отдыхом;
- 3.С повышенным возбуждением.

8. Эффект бумеранга показывает, что:

- 1.Человек выглядит более привлекательным на фоне позитивных событий;
- 2.Люди склонны относиться к человеку так, как он относится к ним;

3.То, что повторяется, воспринимается как близкое, привычное, вызывающее доверие.

9.Тонкие губы человека, как правило, говорят о его:

- 1.Нерешительности и слабой воле;
- 2.Эмоциональной холодности и щепетильности;
- 3.Доброжелательности и приветливости.

10.Наличие в подписи человека росчерка обычно указывает на его:

- 1.Целеустремленность;
- 2.Великодушие;
- 3.Эгоистичность.

11.Беззвучный смех человека, как правило, указывает на его:

- 1.Неуравновешенность;
- 2.Расчетливость, осторожность, повышенную скрытность;
- 3.Тревожность и мнительность.

12.По субъекту выделяют такой вид имиджа как:

- 1.Групповой;
- 2.Опосредованный;
- 3.Привлекательный.

13.Эффективный имидж – это представление о человеке, позволяющее:

- 1.улучшать профессиональные результаты;
- 2.определить его национальность;
- 3.скрыть информацию о себе.

14.К внешнему виду можно отнести:

- 1.Манеры поведения и речь;
- 2.Репутацию;
- 3.Профессионально-важные качества.

15.К социально-ролевым характеристикам можно отнести:

- 1.Запах;
- 2.Репутацию;
- 3.Личную символику.

Вопросы для собеседования

1. Типы имиджа по области применения.
2. Паблик Рилейшнз, как технологический инструмент формирования имиджа политического лидера, техника организации и проведение PR мероприятий.
3. Составляющие имиджа политического лидера.
4. Методы исследования ожидания целевой аудитории
5. Роль СМИ в создании имиджа политического лидера.
6. Компоненты и свойства имиджа руководителя.
7. Понятие корпоративного имиджа. Роль имиджа учреждения (организации, формы) в условиях современного рынка услуг.

8. Корпоративная культура, функции и элементы.
9. Структура внешнего имиджа учреждения. Изучение имиджа учреждения.
10. Анализ потребностей человека и мотивов потребителей в разработке имиджа товара.
11. Процесс принятия решения о покупке.
12. Роль цвета и формы в разработке имиджа товара.
13. Имидж и бренд как предмет социальных потребностей.
14. Имидж товара как разновидность бренда.
15. Законы создания бренда. 36. Имидж как псевдо коммуникация.
17. Происхождение, функции, структура и психологические корни имиджа.
18. Общие психологические основы бытия имиджа.
17. Принципы создания технологий имиджа, критерии правильного имиджа.
18. Правила создания индивидуального имиджа.
19. Пилотажная встреча: цель, правила, запреты, фазы.
20. Дневник имиджа и выбор дальнейшего имиджа.
21. Распространенные социально-психологические типы имиджей.

Комплект заданий для контрольной работы

Вариант задания по последней цифре зачетной книжки. Если последняя цифра 0, то выбирается 10 вариант.

Задание 1. Логически продолжите перечень имиджей:

- вербальный, событийный,,
- множественный,
- искусственный,
- положительный,,
- текущий,
- самоимидж,
- ситуационный,, (по Е.В. Змановской).

Задание 2. Вставьте необходимый термин, чтобы получилось логически верное высказывание:

- Имидж - это социальной коммуникации
- Имидж (глагол) стереотипы
- Положительно воспринимаемый имидж состоит из элементов, и
- Конструируемый имидж представляет собой, позже переводим... в реальность.
- Субъективное в имидже - это, объективное в имидже - это.....
- При построении персонального имиджа природные предпосылки.
- При построении персонального имиджа негативно-воспринимаемые аудиторией природные предпосылки нужно

Задание 3. Если предлагаемое имиджевое решение не учитывает природные предпосылки, то:

- в эстетическом плане это приведет к.....
- в экономическом плане это приведет к
- с точки зрения психологии это
- с точки зрения поддержания имиджа это
- в мировоззренческом отношении это

Предварительно посмотрите значение слов "эстетическое", "мировоззрение" и т.п.

Задание 4. Отметьте необходимые характеристики, оцените все остальные, исходя из инструментальной трактовки имиджа в рамках PR-дискурса:

Имидж должен быть

- эффективным,
- положительным,
- функциональным,
- правдоподобным,
- полным,
- развернутым,
- объемным,
- гибким,
- удобным,
- простым,
- противоречивым,
- целенаправленным,
- универсальным.

Задание 5. Отметьте возможные определения имиджа (можно несколько) и подробно поясните одну из характеристик

Удачно сконструированный имидж (уточните, какой версии вы придерживаетесь - имидж как образ или имидж как облик) это:

- образ,
- художественный образ,
- облик,
- оболочка,
- впечатление,
- система,
- инструмент общения,
- бренд,
- идея,
- процесс,
- технология,
- модель,
- элемент,
- завершенное целое,
- незавершенное целое
-

Задание 6. Обозначьте связь персонального имиджа и Я-концепции:

Я-концепция

- условие,
- основа,
- предпосылка,
- ядро,
- следствие,
- мотив формирования и поддержания персонального имиджа.

Задание 7. Феномен имиджа осознан в культуре второй половины XX в., поскольку:

- прежде его не существовало (указать, почему)

- прежде культура ценила подлинность (указать, почему)

- изменились социально-экономические обстоятельства (указать, какие)

- появилась необходимая научная и теоретическая база (указать направления и имена)
- изменилась культура (указать характер изменений)
- изменилась система ценностей (указать, в связи с чем и что именно)

Задание 8. Укажите механизмы, относящиеся к психологическому аспекту имиджа:

- в системе «имидж - аудитория» _____
- в показателях целевой аудитории _____
- в воздействии цвета, формы, композиции, фактуры и т.п.

- в социокультурном аспекте _____
- в аспекте подсознательного _____
- в аспекте бессознательного _____
- в аспекте сознания _____
- в самоимидже

- среди природных предпосылок персонального имиджа

- в профессиональных качествах PR-специалиста

Задание 9. Выберите 2-3 более точные, на ваш взгляд, формулировки, внесите необходимые пояснения:

- миф - элемент имиджа,
- миф - инструмент создания имиджа,
- миф - условие восприятия имиджа,
- миф - условие управления имиджем,
- миф - основа потребления имиджа
- миф необходим для брендинга, но мешает имиджу,
- миф необходим для реализации фирменного стиля, чтобы с имиджем.

Задание 10. Продолжите фразу:

- Для построения габитарного имиджа необходимо учитывать стереотипы, т.к.
- Для управления корпоративным имиджем необходимо опираться на стереотипы, чтобы.....
- Для разработки имиджа товара нужно знать стереотипы потребительской аудитории, обойти
- В шоу-бизнесе имидж строится стереотипов аудитории
- В политике имидж строится стереотипов электората
- Бизнес-имидж включает в себя стереотипы, сформированные под воздействием И

Задания для промежуточной аттестации

Контрольные вопросы к экзамену

1. Имиджелогия - отрасль современного человековедения.
2. Определение понятия имиджелогии, образа, облика.
3. Основные условия формирования имиджа.

4. Специфика эффекта "личного обаяния".
5. Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа.
6. Этические проблемы деятельности имиджмейкера по формированию имиджа клиента.
7. Потребности как психологические предпосылки возникновения индустрии имиджа.
8. Формирование имиджа как субъект-субъектное взаимодействие.
9. Имидж как создание социальной реальности в сознании людей.
10. Когнитивные процессы в основе формирования имиджа.
11. Социальные стереотипы, установки, личностный смысл, эффекты межличностного восприятия в формировании имиджа.
12. Понятие и виды социально-психологического влияния, его роль в формировании имиджа.
13. Технологии нейролингвистического программирования.
14. Роль средств массовой информации в формировании имиджа.
15. Реклама как средство формирования образа социальных объектов.
16. Само презентация и ее связь с имиджем.
17. Самореклама и ее связь с имиджем.
18. Поведение при саморекламе, механизмы саморекламы.
19. Компоненты и уровни функционирования имиджа.
20. Реципиент и аудитории имиджа.

Структура экзаменационного билета

ФГБУ
«Комсомольский–на–Амуре государственный университет»
20__/20__ учебный год _____ семестр
_____ форма обучения
ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № _____
по дисциплине
«Имиджелогия»

1 Потребности как психологические предпосылки возникновения индустрии имиджа.

2 Формирование имиджа как субъект-субъектное взаимодействие.

Зав. кафедрой «История и культурология» _____ (Ж.В. Петрунина)

