


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

**УТВЕРЖДЕНО**  
решением Ученого совета  
факультета культуры и искусства  
от «18» июня 2020 г., протокол №12/217

Председатель \_\_\_\_\_ / Т.А.Ившина /  
(подпись) \_\_\_\_\_  
«18» \_\_\_\_\_ 2020г.



### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Светское и деловое позиционирование
Факультет	культуры и искусства
Кафедра	связей с общественностью, рекламы и культурологии
Курс	1

Направление (специальность): **51.03.01 «Культурология» (бакалавриат)**

Направленность (профиль/специализация): **Менеджмент культуры**

Форма обучения: **очная**

Дата введения в учебный процесс УлГУ: **«01» сентября 2020 г.**

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № 10 от 15.06.2021 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
Краева А.Г.	СОРиК	Канд.филос.наук, доцент

**СОГЛАСОВАНО**

Заведующий кафедрой связей с  
общественностью, рекламы и  
культурологии

\_\_\_\_\_ / А.К.Магомедов/  
(подпись) \_\_\_\_\_ (ФИО)

« 26 » \_\_\_\_\_ 2020 г.

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

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: формирование у студентов теоретических знаний в области имиджологии, практических знаний и навыков в области управления персональным деловым и корпоративным имиджем.

Задачи изучения дисциплины:

- формирование у студентов представления о сущности и видах имиджа;
- формирование у студентов навыков разработки, оценки и анализа имиджа;
- формирование у студентов знаний о методах управления имиджем


## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Рабочая программа учебной дисциплины «Светское и деловое позиционирование» Б1.В.1.11 относится к части блока Б1.В.1. «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы (ОПОП), устанавливаемой вузом. Дисциплина охватывает широкий круг проблем и поэтому связана со многими дисциплинами, направленными на формирование компетенций в деятельности специалиста в сфере менеджмента культуры.

Входящие знания и навыки, необходимые для изучения дисциплины, формируются в результате освоения социо-гуманитарных предметов в объеме полного общеобразовательного цикла, а также в процессе становления мировоззренческой позиции. Дисциплина является предшествующей в процессе поэтапного освоения компетенций для ряда курсов: «Социальное предпринимательство», «Менеджмент в социокультурной сфере», «Менеджмент выставочной деятельности», «Культурологические основы делового этикета и международного протокола», «Основы брендинга и визуализация бренда», «Имиджология», «Межкультурные коммуникации», «Визуальные методы исследования культуры», «Теория речевого воздействия», «Риторика», «Правовые основы культурной деятельности», а также для освоения Ознакомительной практики, Преддипломной практики, Проектно-технологической практики., Важна для подготовки к сдаче и сдачи государственного экзамена.

## 3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСНОВЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
<b>ОПК-1:</b> способность применять полученные знания в области культуроведения и социокультурного проектирования в профессиональной деятельности и социальной практике	<b>Знать:</b> основные научные теории, концепции, подходы к МВВ. <b>Уметь:</b> объяснять социальные явления и процессы <b>Владеть:</b> способен к критическому анализу и содержательному объяснению.
<b>ПК-5:</b> готовность к использованию современного знания о культуре и социокультурной деятельности (концепций и инструментария) в	<b>Знать:</b> особенности содержания основных категорий светского и делового позиционирования; особенности основных подходов к определению и анализу брендов и брендирования, ДНК брендинга, имиджа руководителя

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

<p>организационно-управленческой работе</p>	<p>и организации; современные направления формирования и поддержания имиджа успешной организации и эффективного руководителя; основные научные и практические проблемы делового позиционирования в управленческой науке</p> <p><b>Уметь:</b> пользоваться приемами, методами и технологиями создания и поддержания имиджа успешной организации, эффективного руководителя, а также представителей различных звеньев персонала организации; распознавать и творчески использовать концепции анализа имиджа руководителя, а также представителей различных звеньев персонала организации; определять специфику восприятия имиджа руководителя и особенности деятельности субъектов управления; пользоваться инструментами анализа имиджа организации, лидера, руководителя, а также представителей различных звеньев персонала организации.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками целостного подхода к анализу имиджа организации, а также представителей различных звеньев персонала организации и организации в целом; основами искусства построения и поддержания имиджа лидера и эффективного руководителя; базовыми приемами предотвращения конфликтов в коллективе; методами анализа имиджа эффективного руководителя, также представителей различных звеньев персонала организации.</p>
---	--


#### 4.ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

##### 4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) –5 ЗЕТ

##### 4.2. по видам учебной работы (в часах) - 180

Форма обучения: **очная**

Вид учебной работы	Количество часов	
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам
		3
Контактная работа преподавателем с обучающимися	72	72
Аудиторные занятия:	72	72
лекции	36	36
практические и семинарские занятия	36	36
Самостоятельная работа	72	72
Всего часов по дисциплине	180	180
Текущий контроль	Устный опрос, тестирование	Устный опрос, тестирование
Курсовая работа	-	-

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


Виды промежуточной аттестации	Экзамен (36)	Экзамен (36)
-------------------------------	--------------	--------------

**4.3. Распределение часов по темам и видам учебной работы:**  
Форма обучения: **очная**

Название и разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий				Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия		Самостоятельная работа	Занятия в интегративной форме	
		лекции	практические занятия, семинары			
1	2	3	4	5	6	7
<b>Раздел 1. Основы имиджологии</b>						
1. Светское и деловое позиционирование: объект, предмет, методы и задачи исследования.	16	3	3	-	10	Устный опрос, тестирование
2. Деловое позиционирование и процесс формирования делового имиджа	11	3	3	-	5	Устный опрос, тестирование
3. Светское позиционирование как процесс формирования личного бренда.	11	3	3	-	5	Устный опрос, тестирование
4. Стратегии и техники формирования имиджа.	11	3	3	-	5	Устный опрос, тестирование
5. Персональный деловой имидж	13	3	3	-	7	Устный опрос, тестирование
6. Персональное светское позиционирование: имидж, его составляющие, атрибуты и факторы	16	3	3	2 (лекц.)	10	Устный опрос, тестирование,
7. Кинетический и вербальный имидж, его составляющие и атрибуты	11	3	3	2 (лекц.)	5	Устный опрос, тестирование
8. Невербальный имидж и его составляющие	18	3	5	2	10	Устный опрос, тестирование
9. Деловой и светский этикет.	18	3	5	2	10	Устный опрос, тестирование
10. Система дресс-кодов	24	9	5	2	10	Устный опрос, тестирование
<b>Итого</b>	<b>144</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>10 (практ)</b>	<b>72</b>	

## 5. СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

### 1. Светское и деловое позиционирование как предмет: объект, предмет,

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

### **методы и задачи исследования.**

Общее понятие имиджа и имиджологии. История понятия «имидж». Взаимосвязь имиджологии с различными отраслями знаний. Предмет и задачи учебного курса. Понятийный аппарат имиджологии. Основные задачи и принципы в имиджологии. Функции имиджа. Характеристики имиджа. Положительный и отрицательный имидж. Профессиональный и личностный имидж.

Инструментарий имиджологии: позиционирование, манипулирование, мифологизация, эмоционализация, формат, вербализация, детализация, акцентирование информации, архаизация, замена целей, подача противоречивых сигналов, дистанцирование, метафоризация, визуализация, опрос общественного мнения, нейролингвистическое программирование, внедрение моделей восприятия, контекстное введение знаков. Использование инструментария имиджологии.

### **2..Деловое позиционирование и процесс формирование делового имиджа.**

Имидж как основная информация об объекте. Имидж как знаковые характеристики, где присутствует форма и содержание. Имиджформирующая информация. Виды имиджформирующей информации – прямая и косвенная. Психология восприятия прямой и косвенной имиджформирующей информации.

Типы ситуаций, в которых человек реагирует на имидж. Имидж-репутация. Имидж политика. Имидж товара. Имидж фирмы. Имидж как тип сообщения. Специфика коммуникативного процесса по восприятию имиджа. Характеристики имиджевой коммуникации Особенности восприятия имиджа реципиентами. Психология превращения информации в мнение. Феномен идентификации.

### **3. Светское позиционирование как процесс формирования личного бренда.**

Составляющие имиджа. Внешняя и внутренняя стороны имиджа. Целеполагание при формировании имиджа. Комплексная структура имиджа. Эстетическая, психологическая, культурологическая, экономическая составляющие формирования имиджа.

Составляющие личного имиджа – средовой, габитарный, овеществленный, вербальный, кинетический. Функциональный, контекстный, сопоставительный подходы к имиджу как к комплексному понятию. Типы имиджа. Самоимидж, воспринимаемый, требуемый имидж. Варианты функционального имиджа – зеркальный, текущий, желаемый, корпоративный, множественный Особенности множественного имиджа.

**4. Стратегии и техники формирования имиджа.** Стратегии формирования имиджа и техники. Принципы технологии формирования имиджа. Особенности сбора информации при подготовке создания имиджа. Управление имиджем. Имидж как результат сознательной работы. Факторы процесса управления имиджем. Специфика профессиональной деятельности имиджмейкера.


Специфика использования вербальных и невербальных имиджевых стратегий - их специфика, компоненты; соотношение с этикетными нормами. Возможности рекламы в использовании вербальных и невербальных имидживых стратегий.

### **5. Персональный деловой имидж.**

Понятие, атрибуты, факторы. Концепция персонального делового имиджа. Среда и контекст деятельности. Запреты, требования, рекомендации. Деловая культура. Кросскультурные связи. Международные стереотипы. Влияние социальной среды на формирование имиджа. Роль социального имиджа в жизни и деятельности человека.4 шага в формировании персонального делового имиджа.

### **6. Персональное светское позиционирование: имидж, его составляющие, атрибуты и факторы.**

Роль стилистики при разработке габитарного имиджа. «Язык» одежды.

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

Диагностика личности по одежде. Стереотипы имиджа. Колористика. Исторические этапы развития знаний и представлений о цвете. Гармония цветовых сочетаний. Цветовые принципы оформления среды. Характеристики основных цветотипов. Переходные и смешанные цветотипажи. Психология цвета. «Язык» цвета. Построение различных имиджевых портретов. Цветодиагностика личности. Секреты пропорциональной фигуры. Определение формы лица. Типы телосложений у мужчин и женщин. Субъективная и объективная оценка внешности. Теория иллюзий зрительного восприятия.

Классификация стилевых решений. Анализ и сравнение женских и мужских стилевых направлений. Соответствие стиля персоне и обстановке. Модные тенденции. Качество материалов и их роль в создании имиджа. Соответствие аксессуарной группы фигуре, возрасту, ситуации, времени года, стилю. Требования, предъявляемые к качеству аксессуаров. Детали, создающие имидж: индивидуальность, корпоративность.

#### **7. Кинетический и вербальный имидж, его составляющие и атрибуты**

Речевое общение как ценность имиджевого образа. Средства вербального имиджа. Речевое общение. Речевые средства общения. Позиционирование личностного имиджа. Формы и виды коммуникативных презентаций.

Понятие управленческой риторики. Речевые аспекты деятельности руководителя (поддержание внимания к себе, знание речевых типов собеседников, законов восприятия речи, отсутствие речевых штампов, знание законов риторических жанров). Управленческая деятельность как словесный обмен. Вербальное и невербальное общение руководителя с подчиненными как основа информационного взаимодействия в деловой риторике.

#### **8. Невербальный имидж и его составляющие.**


Экспрессия речи. Паралингвистика и экстралингвистика. Громкость, высота, темп, тембр, интонация, паузы. Стремление оратора к достижению благоприятного слухового восприятия его речи аудиторией. Четкость дикции. Оптимальность темпа речи. Музыкальность речи. Ритмичность речи. Красота тембра голоса. Богатство интонаций. Правильность, динамичность интонаций. Громкость, звучность и полетность голоса. Зрительное восприятие оратора: привлекательность его манер, органичность слова, мимики, жеста. Современность и гармоничность внешнего вида. Понятие об оптимальном типе оратора.

Основные каналы невербальной коммуникации. Кинесика. Зрительный контакт. Выражение лица и мимика. Жесты. Руки и их движения. Поза. Такесика. Виды прикосновений. Проксемика. Дистанцирование. Пространство общения. Аргументация и построение возражений при речевом общении. Принципы убеждающей презентации.

#### **9. Деловой и светский этикет..**

Деловой этикет как нормы речевого поведения между равными по статусу людьми; вертикаль: начальник - подчинённый. Законы делового общения (закон первичного отторжения новой идеи, закон ритма общения, закон отторжения публичной критики, закон доверия к простым словам и др.). Принципы и правила бесконфликтного общения (терпимость к собеседнику, принцип благоприятной самоподачи, принцип минимальной негативной информации). Принципы эффективного речевого воздействия. Коммуникативная позиция говорящего. Коммуникативные позиции участников общения.

Понятие делового речевого этикета (типовых готовых формул, позволяющих организовать этикетные ситуации - приветствия, просьбы, благодарности, извинения, отказа и др.). Диалогические (недискуссионные) виды деловой риторики. Деловой разговор. Деловая беседа. Собеседование при приёме на работу. Деловое совещание. Пресс-конференция. Деловые переговоры.

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

10. Система дресс-кодов. Основные виды в международной системе дресс-кодов, особенности элегантного поведения и стиля.

## 6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

**Тема 1. Светское и деловое позиционирование как предмет: объект, предмет, методы и задачи исследования.**

*Форма проведения - семинар, круглый стол с обсуждениями докладов и презентаций.*

**Вопросы к теме:** 1. Раскройте понятия позиционирование, светское позиционирование, деловое позиционирование.

2. Охарактеризуйте понятия «личный бренд» и «имиджа» с точки зрения экономики управления, с точки зрения искусства (мода, стиль, бренды с примерами конкретных кампаний – можно сделать презентацию).

2. Существует ли различие между понятиями «облик» и «имидж»? Найдите метафорические высказывания из области философии, которые, на Ваш взгляд, выражают сущность имиджа (например, «казаться – и быть...») – 1–15 афоризмов высказываний известных философов, писателей, деятелей искусства и т.д.

3. Как определяются атрибуты и факторы имиджа?

4. Назовите разновидности имиджа.

5. Дайте определения имиджологии, имиджирования, имиджмейкера, стилиста, визажиста, визуализатора бренда.

**Тема 2. Деловое позиционирование и процесс формирования делового имиджа.**

*Форма проведения - семинар, круглый стол с обсуждениями докладов и презентаций.*

1. Как традиционные и современные модели рассматривают имиджфор-мирующие источники и факторы имиджа?

2. Каково соотношение имиджа и его составляющих в традиционной и современной моделях?

3. Как оценивается влияние имиджа на поведение аудиторий в современной и традиционной моделях?

4. Что такое корпоративная идентичность и как она соотносится с имиджем?

5. Охарактеризуйте значение имиджа – в форме эссе. В работе должно быть отражено: Ваше отношение к стилю, имиджу как феномену, роль стиля и имиджа в Вашей жизни, в жизни Ваших сверстников, в жизни общества, сравните отношение к имиджу в существующую, нашу эпоху и прошлые века, совпадает ли ваш личный имидж и то, какими бы Вы хотели себя видеть. Опишите Ваш имидж в будущем – какими бы Вы хотели себя видеть.


**Тема 3. Светское позиционирование как процесс формирования личного бренда.**

*Форма проведения - семинар, круглый стол с обсуждениями докладов и презентаций.*

**Вопросы к теме:** .

1. Раскройте понятие «имидж». Охарактеризуйте понятие «имиджа» с точки зрения экономики управления, с точки зрения искусства (мода, стиль, бренды с примерами конкретных кампаний – можно сделать презентацию).

2. Существует ли различие между понятиями «облик» и «имидж»? Найдите метафорические высказывания из области философии, которые, на Ваш взгляд, выражают сущность имиджа (например, «казаться – и быть...») – 1–15 афоризмов высказываний известных философов, писателей, деятелей искусства и т.д.

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

#### **Тема 4. Стратегии и техники формирования имиджа.**

*Форма проведения - семинар, круглый стол с обсуждениями докладов и презентаций.*

1. Как определяются атрибуты и факторы имиджа?
2. Назовите разновидности имиджа.
3. Дайте определения имиджологии, имиджирования, имиджмейкера, стилиста, визажиста, визуализатора бренда.  
Как изменялось внимание к имиджу и репутации в истории развития науки об имидже и имиджировании?
4. Охарактеризуйте позицию «аналоговой школы» в понимании имиджа и репутации.
5. Как понимаются имидж и репутация в «дифференцирующей школе»?
6. Какие подходы к разграничению понятий «имидж» и «репутация» сложились в дифференцирующей школе.

#### **Тема 5. Персональный деловой имидж.**

*Форма проведения - семинар, круглый стол с обсуждениями докладов и презентаций.*

1. Дайте определения персонального, личностного, делового, профессионального имиджа.
2. Укажите различие атрибутов и факторов персонального имиджа.
3. Назовите внешние факторы персонального имиджа, зависящие от его носителя.
4. Назовите внутренние факторы персонального делового имиджа.
5. Назовите факторы делового имиджа, зависящие от воспринимающих аудиторий..

#### **Тема 6. Внешний имидж, его составляющие (форма проведения – дискуссия).**

*Форма проведения – интерактивный семинар, круглый стол с обсуждениями докладов и презентаций.*


##### **Вопросы к теме:**

1. Каково значение персонального делового имиджа?
2. Назовите основные шаги в создании делового имиджа.
3. Каково значение концептуального обоснования делового имиджа?
4. Перечислите составляющие «Я-концепции».
5. Что представляет собой персональный имидж как средовое явление?
6. Назовите контексты профессиональной деятельности и имидж.
7. Перечислите источники имиджформирующей информации, исходящие от индуктора.
8. Назовите стратегии самоподачи с помощью сообщений.
9. Постройте собственную «Я-концепцию». Сформулируйте идею и основные характеристики Вашего делового и профессионального имиджа.

##### *Практические задания:*

1. Адаптируйте свой профессиональный имидж к различным группам реципиентов.
2. Закончите фразу:
  - «Первый шаг к успеху в создании персонального имиджа – ясность...».
  - «Отправляясь в незнакомую компанию и желая понравиться людям, нужно иметь точную информацию о...».
  - «Одежда должна говорить о Вас только то, что...».
3. Творческое задание - эссе
4. Охарактеризуйте деловой имидж согласно пунктам лекции конкретной личности, которая является для Вас эталоном успешности, имиджа, и сферы, в которой данная личность реализуется. Составьте презентацию об этом человеке.
5. Охарактеризуйте свой собственный имидж согласно пунктам лекции и таблице 2, укажите, представителем какой сферы деятельности Вы хотели бы быть и опишите как



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

можно нагляднее и точнее Ваш деловой имидж. Составьте презентацию о собственном образе-имидже Вас в будущем.

**Тема 7.** Вербальный имидж, его составляющие (форма проведения – практические занятия).

**Вопросы к теме:**

1. Кинетический имидж и его составляющие.
2. Вербальный имидж и его определение.
3. Выбор модели поведения

**Интерактивный семинар**

*Риторика: обретение собственного речевого стиля.*


- 1) Знакомство, вступительное слово
- 2) Первый шаг: развитие акустических характеристик речи.
  - а) Рассказывается об основных проблемах, связанных с дефектами речи: тихая речь, нозальность, неиспользование грудного резонатора и др.
  - б) Каждый участник рассказывает какое-либо стихотворение; после каждого выступления ведущий анализирует акустические характеристики речи выступившего, предлагает упражнения по самосовершенствованию.
  - в) Производится игра "Кубок обладателей хорошего голоса": попарно зачитывается один и тот же прозаический текст (отрывок из Экlesiаста).
- 3) Второй шаг: использование разных интонаций при психологическом воздействии на другого человека.
  - а) Рассказывается о методах психологического воздействия и соответствующих им интонациях: внушение, убеждение, доказательство, приказ, изменение состояния.
  - б) Все участники разбиваются на пары. Для каждой пары находится тема для обсуждения, по которой имеются противоречия. В течение 10 минут (по две минуты на каждый метод) происходит спор с использованием интонаций, присущих одному из методов психологического воздействия.
  - в) Происходит совместное обсуждение того, в каких ситуациях приемлемы те или иные методы.
- 4) Третий шаг: особенности построения излагаемого материала.
  - а) Рассказывается о различных стилях построения излагаемого материала: драматический, сатирический, детективный, трагедический, стиль триллера, любовный, комедический, исторический, стиль боевика, эссеический, научный, фантастический, философский, патетический, идеологический, документальный.
  - б) Каждый участник по очереди рассказывает содержание какого-либо рассказа или повести (одного для всех - к примеру "Муму" Тургенева). Перед рассказыванием каждый участник выбирает один из 16-ти стилей и вслух мотивирует свой выбор.
- 5) Четвертый шаг: аналогичен пятому шагу предыдущего семинара-тренинга, только весь упор при "устройстве на работу" делается на стилевом построении рассказа о себе, своих способностях.
- 6) Пятый, заключительный шаг: каждый участник должен рассказать о прошедшем семинаре-тренинге в том стиле, который он выбрал и заявил.

**Тема 8.** Невербальный имидж, его составляющие

*Форма проведения – интерактивный семинар, круглый стол.*

**Вопросы к теме:**

1. Охарактеризуйте особенности невербальных стратегий. В чем суть невербальных имиджевых стратегий? В чем специфика процесса коммуникации при использовании невербальных имиджевых стратегий? Каковы возможности рекламы в

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

использовании невербальных имиджевых стратегий?

Практические задания:

1. Проанализировав видео- и телематериалы рекламных обращений, интервью с известными людьми, приведите примеры использования невербальных имиджевых стратегий. Проанализируйте эффективность их использования.

2. Проанализируйте (письменно) любой видеоматериал без звука с Вашим изображением. Выделите основные особенности («изюминки») Вашего поведения.

3. Дайте этот же видеоматериал знакомому, родственнику. Попросите его охарактеризовать увиденное. Сравните два полученных результата. Сделайте вывод.

4. Подготовьте выступление (2-3 минуты) на тему «Моральные принципы использования невербальных имиджевых стратегий (в том числе и в рекламе)». Используйте Закон о рекламе и другие законодательные акты.

#### Интерактивный семинар

*Язык тела: понимание жестов других людей, расположение к себе своими.*

1) Знакомство, вступительное слово

2) Первый шаг: изучение жестов рук.

а) Защитные жесты: рассказывается о видах защитных жестов (перекрещение рук, ног и др.), производится закрепление материала в виде анализа поз присутствующих, упражнения "Закрыться разными способами" и анализа разыгрываемой игры.

б) Жесты доминирования: рассказывается о видах жестов доминирования (поворот кисти при рукопожатии, выставление пальцев и др.), закрепление (аналогичное предыдущему).

в) Жесты прикосновений: рассказывается о видах и значениях жестов прикосновений (потирание носа, глаза, собирание и др.), закрепление.

г) Прочие жесты рук: то же.

3) Второй шаг: изучение различных положений головы, корпуса и ног.

а) Защитные жесты: рассказывается о видах защитных жестов (отворачивание и др.), закрепление.

б) Жесты головы: рассказывается о видах жестов головой (наклонения, поворачивания), закрепление.

в) Зональное расположение, направление и наклоны корпуса: рассказывается о смыслах движений корпуса, закрепление.

г) Другие положения корпуса.

4) Третий шаг: другие жесты, движения и сигналы.

а) Манипулирование различными предметами: рассказывается о смысле манипулирования теми или иными предметами (очками, сигаретами и т.д.), закрепление.


б) Движения глаз: рассказывается о смысле направленностей взгляда, открытости-закрытости глаз и пр., закрепление. в) Движения, связанные с процессом ухаживания: рассказывается о пользе знания и умения использовать движения ухаживания в некоторых случаях самопрезентации, закрепление.

5) Четвертый шаг: отзеркаливание и другие способы расположения к себе.

а) Демонстрация открытых поз: повторение видов защитных жестов, обучение открытым жестам и позам, закрепление.

б) Выражение заинтересованности: повторение жестов, отражающих незаинтересованность и заинтересованность, рассказывается о комбинациях жестов заинтересованности, закрепление.

в) Отзеркаливание: рассказывается об отзеркаливании жестов партнера как наиболее успешном способе расположения к себе, закрепление (все разбираются на

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

пары и играют в отзеркаливание).

б) Пятый шаг (занимает все время от конца четвертого шага до конца тренинга): разыгрывание ситуаций реального тренинга.

Используется система жетонов. Ведущий является заказчиком определенной услуги (к примеру, за какое-то время решить арифметическую задачку) и выбирает из присутствующих "менеджера" (то есть того, кто будет выбирать конкретного исполнителя/исполнителей).

"Менеджер" должен, исходя из рода задачи (ведущий описывает задачу только в общих чертах) и способностей присутствующих выбрать исполнителя/исполнителей. С каждым присутствующим "менеджер" проводит собеседование в течение одной минуты. В случае удачного выполнения задачи ведущий даёт "менеджеру" какое-то количество жетонов, которое он сам, исходя из договоренности с исполнителями и распределяет.

За 10-15 минут до конца семинара-тренинга все присутствующие на нем высказывают свое мнение о нем и о своих успехах и неудачах в процессе разыгрывания ситуаций.

**Тема 9.** Деловой этикет и общение.

*Форма проведения – интерактивный семинар, круглый стол.*

**Вопросы к теме:**

1. Понятие этикета. История этикета.
2. Правила французского светского этикета.
3. Правила английского светского этикета.
4. Правила немецкого этикета.
5. Творческое задание в форме развернутой презентации: "Правила этикета любой (на выбор) восточной страны"

Подбор литературы самостоятельный, не ограничиваю.

#### **Интерактивный семинар**

*Этика профессионала: профессионалом не только быть, но и выглядеть.*

1) Знакомство, вступительное слово  
 2) Первый шаг: Внешний вид делового человека.  
 а) Рассказывается о современных требованиях к внешнему виду делового человека: одежда, походка и т.д.

б) Закрепление материала: походки, манеры двигаться и др.

3) Второй шаг: Аксессуары делового человека.

а) Рассказывается об аксессуарах делового человека и об искусстве пользоваться минимумом их.

б) Обсуждение.

4) Третий шаг: этика делового общения.

а) Рассказывается об этике делового общения: разговоры по телефону, назначение визитов, приветствия и прощания и т.д.

б) Разыгрывание ролевых ситуаций для закрепления материала.


в) Обсуждение.

5) Четвертый шаг: самореклама.

а) Рассказывается о том, как найти в себе самые хорошие качества и забыть о недостатках.

б) Все участники по очереди рассказывают о своих достоинствах. Происходит обсуждение - какие качества являются абсолютными достоинствами, а какие - относительными или сомнительными.

в) Рассказывается о способах заочной самопрезентации: рассылание визиток, листов самопрезентации (резюме), а также о способах размещения рекламного

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

материала и способах подачи.

г) Каждый участник составляет себе листок самопрезентации, после чего происходит совместное обсуждение листков самопрезентации.

### Тема 10. Система дресс-кодов.

*Форма проведения – интерактивная, круглый стол с презентациями.*

Основные виды в международной системе дресс-кодов, особенности элегантного поведения и стиля.

## 7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ (ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ)


Данный вид работы не предусмотрен УП

## 8. ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ, КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ, РЕФЕРАТОВ

Данный вид работы не предусмотрен УП

## 9. ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ

Индекс компет енции	Формулировка вопроса
ОПК-1	1.Деятельность по формированию корпоративного имиджа (аналитико-прогностический этап)
ПК-5	2.Деятельность по формированию корпоративного имиджа (организационно-деятельностный этап)
ОПК-1	3.Деятельность по формированию корпоративного имиджа (диагностический и целевой этапы)
ПК-5	4.Основные этапы формирование корпоративного имиджа
ОПК-1	5.Инструменты для создания имиджа организации
ПК-5	6.Понятие «корпоративный имидж» и его роль для организации
ОПК-1	7.Ответы на вопросы в деловом взаимодействии
ПК-5	8.Вопросы в деловом взаимодействии (функции и виды)
ОПК-1	9.Поведение с собеседниками различных психологических типов
ПК-5	10.Создание хорошего впечатления о себе
ОПК-1	11.Создание благоприятного психологического климата
ПК-5	12.Электронные технологии в вербальных деловых коммуникациях.
ОПК-1	13.Речь – как основа вербального имиджа специалиста.
ПК-5	14.Визуальный имидж делового человека (по фильму «Европейский обед»)
ОПК-1	15.Визуальный имидж делового человека (застольный этикет)
ПК-5	16.Визуальный имидж делового человека (служебный этикет)
ОПК-1	17.Визуальный имидж делового человека (образ мужчины)
ПК-5	18.Визуальный имидж делового человека (образ женщины)
ОПК-1	19.Техники формирования имиджа делового человека
ПК-5	20.Стратегии формирования имиджа делового человека
ОПК-1	21.Социальные стереотипы как основа формирования имиджа
ПК-5	22.Основы формирования персонального делового имиджа (4 шага)
ОПК-1	23.Персональный деловой имидж: сущность и содержание
ПК-5	24.Структура личностного имиджа
ОПК-1	25.Контекстный подход классификации имиджа
ОПК-1	26.Функциональный подход классификации имиджа


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

ПК-5	27.Имидж в структуре мира, или где мы сталкиваемся с этим понятием
ОПК-1	28.Структурная организация имиджа (фундаментальные основы)
ПК-5	29.Понятие имидж

## 10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

Форма обучения: очная

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.)	Объем в часах	Форма контроля (проверка решения задач, реферата и др.)
1. Светское и деловое позиционирование: объект, предмет, методы и задачи исследования.		10	
2. Деловое позиционирование и процесс формирования делового имиджа	Проработка учебного материала, подготовка к экзамену	5	Устный опрос, тестирование
3. Светское позиционирование как процесс формирования личного бренда.	Проработка учебного материала, подготовка к экзамену	5	Устный опрос, тестирование
4. Стратегии и техники формирования имиджа.	Проработка учебного материала, подготовка к экзамену	5	Устный опрос, тестирование
5. Персональный деловой имидж	Проработка учебного материала, подготовка к экзамену	7	Устный опрос, тестирование
6. Персональное светское позиционирование: имидж, его составляющие, атрибуты и факторы	Проработка учебного материала, подготовка к экзамену	10	Устный опрос, тестирование
7. Кинетический и вербальный имидж, его составляющие и атрибуты	Проработка учебного материала, подготовка к экзамену	5	Устный опрос, тестирование
8. Невербальный имидж и его составляющие	Проработка учебного материала, подготовка к экзамену	10	Устный опрос, тестирование
9. Деловой и светский этикет.	Проработка учебного материала, подготовка к экзамену	10	Устный опрос, тестирование
10. Система дресс-кодов	Проработка учебного материала, подготовка к экзамену	10	Устный опрос, тестирование

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

## 11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### а) Список рекомендуемой литературы

#### основная:

1. Семенова, Л. М. Профессиональный имиджбилдинг на рынке труда : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 243 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11387-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456361>

2. Митин Сергей Николаевич. Имидж специалиста гуманитарной сферы : учеб. пособие по курсу лекций "Имиджелогия" / Митин Сергей Николаевич, Т. С. Митина; УлГУ, ФГНиСТ. - Ульяновск : УлГУ, 2014. - Имеется печ. аналог. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 733 Кб). - Текст : электронный.- URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/463>

3. Семенова, Л. М. Имиджмейкинг : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 141 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11004-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456584>

#### дополнительная:

1. Мамина, Р. И. Деловой этикет в системе имиджа : философско-культурологический анализ / Р. И. Мамина. — Санкт-Петербург : Петрополис, 2012. — 232 с. — ISBN 978-5-9676-0403-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/20314.html>

2. Хакамада И., В предвкушении себя: От имиджа к стилю / Хакамада И. - М. : Альпина Паблишер, 2016. - 234 с. - ISBN 978-5-9614-5356-0 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961453560.html>

3. Шарков Ф.И., Корпоративная имиджелогия : Монография / Шарков Ф.И., Потапчук В.А., Давыдов Д.Г. - М.: Академический Проект, 2020. - 176 с. - ISBN 978-5-8291-2930-9 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785829129309.html>

4. Головлева, Е. Л. Молодежная имиджелогия : учебное пособие и учебно-методические рекомендации / Е. Л. Головлева, Н. Н. Грибок, Р. Т. Мухаев. — Москва : Московский гуманитарный университет, 2015. — 175 с. — ISBN 978-5-906768-55-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/74708.html>


5. Белобрагин, В. В. Психология имиджа : учебно-методическое пособие / В. В. Белобрагин. — Москва : Научный консультант, 2018. — 72 с. — ISBN 978-5-6040635-4-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/80797.html>

#### учебно-методическая:

Краева А. Г. Светское и деловое позиционирование : учебно-методические рекомендации для самостоятельной работы студентов направления подготовки 51.03.01 Культурология, профиль Менеджмент культуры / А. Г. Краева. - Ульяновск : УлГУ, 2021. - 19 с. - Неопубликованный ресурс. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/11308>. - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный.

Согласовано:

*С.И. Рубинчикова* *И.И. Мухоморова* *И.И. Мухоморова* 29 мая 2020  
сотрудник научной библиотеки ФНО подпись дата

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

## б) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

### 1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. IPRbooks : электронно-библиотечная система : сайт / группа компаний Ай Пи Ар Медиа. - Саратов, [2020]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. ЮРАЙТ : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. – Москва, [2020]. - URL: <https://www.biblio-online.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. Консультант студента : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. – Москва, [2020]. – URL: [http://www.studentlibrary.ru/catalogue/switch\\_kit/x2019-128.html](http://www.studentlibrary.ru/catalogue/switch_kit/x2019-128.html). – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

**2. КонсультантПлюс** [Электронный ресурс]: справочная правовая система. /ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2020].

### 3. Базы данных периодических изданий:

3.1. База данных периодических изданий : электронные журналы / ООО ИВИС. - Москва, [2020]. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

3.2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО Научная Электронная Библиотека. – Москва, [2020]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

**4. Национальная электронная библиотека** : электронная библиотека : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры РФ ; РГБ. – Москва, [2020]. – URL:<http://www.studentlibrary.ru/pages/catalogue.html> <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

**5. SMART Imagebase** // EBSCOhost : [портал]. – URL: <https://ebco.smartimagebase.com/?TOKEN=EBSCO-1a2ff8c55aa76d8229047223a7d6dc9c&custid=s6895741>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Изображение : электронные.

### 6. Федеральные информационно-образовательные порталы:

6.1. [Единое окно доступа к образовательным ресурсам](http://window.edu.ru/) : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. – URL: <http://window.edu.ru/>. – Текст : электронный.

6.2. [Российское образование](http://www.edu.ru) : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

### 7. Образовательные ресурсы УлГУ:

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


7.2. Образовательный портал УлГУ. – URL: <http://edu.ulsu.ru>. – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

Согласовано:

*зам. нач. УИТ*  
Должность сотрудника УИТ/ТФИО

*Ключкова АВ*  
ФИО

*25.05.2021*  
подпись дата

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

## 12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебная аудитория № 38 для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (с набором демонстрационного оборудования для обеспечения предоставления иллюстративного материала в соответствии с рабочей программой дисциплины, доступом к ЭБС). Помещение укомплектовано комплектом ученической мебели на 49 посадочных мест. № по техпаспорту – 2, метраж – 49,6; Технические средства: 1. компьютер, 2. проектор 3. экран настенный 4. доска аудиторная, 5. WI-FI, доступ к Internet.	Ульяновская область, г. Ульяновск, ул. Набережная реки Свияги, д. 106 (корпус 2) Помещение № 2
Учебная аудитория 20б для проведения занятий лекционного и семинарского типа, промежуточного и текущего контроля, индивидуальных занятий. Помещение имеет площадь в 37,9 кв.м.. Укомплектовано: стол – 19 шт., стулья – 37 шт., 3-элементная доска – 1 шт. Технические средства: Доска ученическая, учебно-наглядные пособия, WI-FI	Ульяновская область, г. Ульяновск, ул. Набережная реки Свияги, д. 106 (корпус 2) Помещение № 40
Библиографический отдел научной библиотеки (аудитория 224Б) с зоной для самостоятельной работы, Wi-Fi с доступом к ЭИОС, ЭБС. Аудитория укомплектована специализированной мебелью на 7 посадочных места и оснащена компьютерной техникой с доступом к сети «Интернет», ЭИОС, ЭБС. Площадь 53,88 кв.м.	Ульяновская область, г. Ульяновск, ул. Набережная реки Свияги, д. 106 (корпус 1) Помещение № 119

## 13. 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



канд. филос.наук, доцент

А.Г. Краева