


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

**УТВЕРЖДЕНО**  
 решением Ученого совета факультета ФГН и СТ  
 от « 19 » 06 2023г. протокол № \_\_\_\_\_  
 Председатель \_\_\_\_\_ С.Н. Митин  
 « 19 » 06 2023г.

### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	<b>Психология социального образа</b>
Факультет	Гуманитарных наук и социальных технологий
Кафедра	Психологии и педагогики
Курс	1

Направление \_\_\_\_\_ 37.04.01 Психология \_\_\_\_\_

Профиль \_\_\_\_\_ социальная психология личности \_\_\_\_\_

Форма обучения: \_\_\_\_\_ очно-заочная \_\_\_\_\_

Дата введения в учебный процесс УлГУ: \_\_\_\_\_ «01» сентября 2023

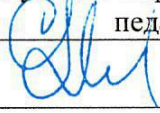
Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_\_ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_\_ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_\_ г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	Кафедра	Должность, ученая степень, звание
Кочетков И.Г.	Психологии и педагогики	доцент, кандидат психологических наук, доцент

<b>СОГЛАСОВАНО</b>
Заведующий кафедрой психологии и педагогики
 С.Н. Митин
« 16 » 06 2023г.



## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: формирование у студентов теоретически 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:

Дисциплина «Психология социального образа» относится к вариативной части Блока Б1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы (ОПОП), устанавливаемой вузом (профиль – социальная психология личности). Дисциплина основывается на знаниях, умениях и компетенциях, усвоенных в рамках изучения программ специалитета или бакалавриата по направлению подготовки Психология.

Дисциплина формирует знания, умения и компетенции параллельно с курсом: «Педагогическая и просветительская деятельность в психологии»

Освоение знаний, умений и компетенций по данному курсу будет основой развития компетенций по дисциплинам: «Организация и управление психологической практикой»; «Отрасли психологии, психологические практики и психологические службы»; «Педагогическая практика»; «Технологии психологического сопровождения и психологической помощи»; «Технологии медиации в работе психолога»; «Психология профессиональных деформаций»; «Психология жизнестойкости»; «Психология возрастных кризисов»; «Группы риска в информационном пространстве»; «Историческая психология»; «Этнопсихология»; «Производственная практика в профильных организациях»; «Научно-исследовательская (квалификационная) практика»; «Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена».

## 3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), 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
<p>ПК-4 Способен применять разные виды и методы индивидуального, группового психологического сопровождения в соответствии с возрастом, полом, этносом и особенностями жизненной ситуации личности</p>	<p>ИД-1.2. пк 4 <b>Знать</b> особенности социальных, исторических, этнических, конфессиональных и культурных факторов в построении социального образа ИД-2.2 пк 4 <b>Уметь</b> выявлять особенности социального образа в социальных, этнических, конфессиональных, культурных и исторического срезах ИД-3.2. пк 4 <b>Владеть</b> приемами составления психологического портрета в соответствии с возрастом, полом, этносом и особенностями жизненной ситуации личности</p>

ПК-5 Способен применять на практике методы обучения взрослых, индивидуальной и групповой работы для повышения эффективности профессиональной деятельности	ИД-1.2 пк 5 <b>Знать</b> концепции социального образа, жизнестойкости личности, феноменов профессиональной деформации и эмоционального выгорания ИД-2.2 пк 5 <b>Уметь</b> создавать программы развития жизнестойкости личности, направленные на преодоление рисков деформации в социальном и личностном статусе ИД-3.1 пк 5 <b>Владеть</b> технологиями саморазвития и самореализации, способствующими преодолению профессиональных деформаций.
---	--

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

**4.1. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы (108 часа)**

**4.2. По видам учебной работы (в часах)**

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения очно-заочная)	
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам
		1
Контактная работа обучающихся с преподавателем	32	32
Аудиторные занятия:	36	36
Лекции	18	18
практические и семинарские занятия	18	18
лабораторные работы (лабораторный практикум)	-	-
Самостоятельная работа	72	72
Текущий контроль (количество и вид: конт. работа, коллоквиум, реферат)	Тестирование. устный опрос; участие в дискуссиях	Тестирование. устный опрос; участие в дискуссиях
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	Зачет	Зачет
Всего часов по дисциплине	108	108

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

Форма обучения – очно-заочная

Название и разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий			Самостоятельная работа	Форма текущего контроля
		Аудиторные занятия				
		лекции	практические занятия, семинары	Занятия в интерактивной		



				форме		
<b>Раздел 1. Основы имиджологии</b>						
1. Понятие имидж и имиджология	34	4	4		26	Тестирование, устный опрос; участие в дискуссиях
2. Имидж как знаковые характеристики	34	6	6		22	Тестирование, устный опрос; участие в дискуссиях
<b>Раздел 2. Формирование корпоративного имиджа</b>						
3. Имидж руководителя: понятие, компоненты, структура	32	4	4		24	Тестирование, устный опрос; участие в дискуссиях
4. Корпоративный имидж	10	4	4		-	Тестирование, устный опрос; участие в дискуссиях
<b>Итого</b>	<b>108</b>	<b>18</b>	<b>18</b>		<b>72</b>	

## 5. СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

### Раздел 1. ОСНОВЫ ИМИДЖОЛОГИИ

#### 1. Понятие имидж и имиджология.

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.



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.

## 2. Имидж как знаковые характеристики

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.

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.

## Раздел 2. ФОРМИРОВАНИЕ КОРПОРАТИВНОГО ИМИДЖА

### 3. Имидж руководителя: понятие, компоненты, структура

Сущность бизнеса. Бизнес и его участники. Основные формы бизнеса. Имидж в системе конкурентной борьбы. Имидж фирмы и принципы его формирования. Соответствие имиджа фирмы и корпоративной философии. Специфика формирования корпоративной культуры; ее значение для эффективной работы фирмы. Имидживая регуляция поведения персонала.

Личный имидж бизнесмена и его роль в успешном развитии бизнеса. Необходимые составляющие личного имиджа в бизнесе. Ценность символического ресурса в бизнесе. Имидж фирмы как важнейший фактор успеха бизнеса. Стратегии формирования и поддержания имиджа фирмы. Личность, имидж и руководитель. Соотношение понятий: лидер и руководитель. Психологический портрет слабого и сильного руководителя. Компоненты имиджа руководителя: личностный, социальный, профессиональный. Свойства имиджа руководителя - адекватность, ответственность, устойчивость, целостность, презентабельность. Образ Я и Я-концепция руководителя, актуальность для него знаний основ имиджелогии. Ценностные и технологические функции имиджмента руководителя. Создание установки принятия имиджа руководителя: ситуативной, фиксированной. Власть и личное влияние. Потенциал власти и разновидности власти. Социально-психологический тренинг имиджевых качеств лидера и руководителя.

Роль этики и этикета в формировании и поддержании имиджа руководителя. Этические качества имиджа мужчин и женщин - руководителей. Этнонациональные особенности этикета разных стран. Застолья и фуршеты: манеры поведения. Струоксы (подарки) и их значение.

### 4. Корпоративный имидж.





Понятие корпоративного имиджа. Роль имиджа учреждения (организации, формы) в условиях современного рынка услуг. Характеристика фирмы, организации с учетом ее функциональных связей и решаемых задач. Внешний и внутренний имидж. Связь внутреннего имиджа с корпоративной культурой. Оптимальная структура внешнего имиджа учреждения. Изучение имиджа учреждения. Методы оценки. Оптимальная структура имиджа. Имидж руководителя в структуре имиджа учреждения. Роль внешних атрибутов образовательного учреждения: эмблема, девиз. Организация связей с общественностью. Критерии и показатели эффективности формирования имиджа. Алгоритм совершенствования имиджа. Основные мероприятия по совершенствованию имиджа. Особенности имиджа образовательного учреждения. Имидж государственной службы. Критерии эффективности корпоративного имиджа.

Имидж организации и корпоративная политика. Функции менеджера по PR место в структуре организации. Опыт и ценность формирования имиджа организации на примере ведущих корпораций мирового уровня.

## 6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

### Раздел 1. ОСНОВЫ ИМИДЖЕЛОГИИ

**Тема 1.** Классификации имиджей. (форма проведения – семинар).

**Вопросы к теме:** Что вы вкладываете в понятие «имидж»? Каковы компоненты имиджа? Раскройте их содержание. Перечислите психологические факторы восприятия имиджа. Какова структура имиджа? Что вы понимаете под термином «социальный образ»?

**Тема 2.** Стратегии и техники формирования имиджа. (форма проведения – семинар).

**Вопросы к теме:** Что вы понимаете под терминами «общественное настроение» и «социальный стереотип»? Какие приемы формирования имиджэффекта вам известны? Какие факторы и институты влияют на эффективность работы имиджмейкера? Считаете ли вы необходимым нормативно-правовое регулирование имиджмейкерства? Приведите примеры из международного и российского опыта. Каковы профессионально-этические принципы имиджмейкера и проблемы, связанные с их соблюдением?

### Раздел 2. ФОРМИРОВАНИЕ КОРПОРАТИВНОГО ИМИДЖА

**Тема 3.** Специфика имиджа в сфере бизнеса. (форма проведения – практическое занятие).

**Вопросы к теме:** В чем заключается сущность бизнеса? Каковы основные формы бизнеса? Дайте характеристику участникам бизнеса? В чем общее и различное между понятиями «имидж бизнесмена» и «имидж делового человека»? Каковы принципы построения делового имиджа? В чем специфика управленческой имиджологии? Обозначьте типичные ошибки в построении имиджа менеджера.

Интерактивный семинар

Отразите графически «Имидж в системе конкурентной борьбы».

Раскройте тему «Имидж фирмы» по следующему плану: А). Имидж фирмы и принципы его формирования; Б). Соответствие имиджа фирмы и корпоративной философии; В). Специфика формирования корпоративной культуры; ее значение для эффективной работы фирмы.

Подготовьте выступление на тему «Характеристики создания и поддержания имиджа фирмы, офиса».

**Тема 4.** Имидж руководителя: понятие, компоненты, структура (форма проведения – дискуссия).

**Вопросы к теме:** Дайте сравнительный анализ категорий «лидер» и «руководитель». Опишите психологический образ слабого и сильного руководителя.



Каковы компоненты имиджа руководителя? Перечислите основные свойства имиджа руководителя. Почему эффективному руководителю необходимо знать основы имиджологии и технологии имиджмейкерства? Каковы эти основы и технологии? Какова роль этики и этикета в формировании и поддержании имиджа эффективного руководителя? Сравните этические качества имиджа мужчин и женщин – руководителей.  
Интерактивный семинар

Цель: коллективное приобретение знаний, углубление изученного материала, закрепление навыков работы с источником.

Ход занятия: коллективное обсуждение гл.7 «Деловой имидж» учебного пособия Г.Г. Почепцова «Имиджология». – М.: Рефл-бук, – 2000. – 366с

Список вопросов для обсуждения:

- специфика имиджа руководителя
- пути построения имиджа руководителя
- визуальное измерение имиджа руководителя
- контекстное измерение имиджа руководителя
- гендерные аспекты в управленческом имиджировании

*Семинар-тренинг. Власть дающего: "Я никогда ничего не беру, а только даю!"*

1) Знакомство, вступительное слово

2) Первый шаг: техники, снижающие эмоциональное напряжение.

а) Рассказывается о девяти факторах, помогающих/мешающих снижению эмоционального напряжения в общении (даны положительные и отрицательные полюса):

+	-
давать выговориться партнеру	мешать этому
вербализация эмоционального состояния (своего и партнера)	игнорирование его
подчеркивание общности	подчеркивание различий
интерес к проблемам партнера	игнорирование их
подчеркивание значимости партнера	принижение партнера
немедленное признание своей неправоты	оттягивание признания
предложение конкретного выхода	поиск виноватого
обращение к фактам	переход на личности, на "вообще"
спокойный, уверенный темп речи	избегание, убыстрение темпа речи

б) Участники разбиваются на пары, в каждой происходит на протяжении 5 минут обсуждение какой-либо спорной темы: о погоде, о политике, о воспитании детей и т.д. Затем каждый сам себя оценивает по каждому фактору (+, - или 0) и рассказывает, что ему помешало использовать все факторы.

3) Второй шаг: мотивация достижения.

а) Рассказывается о том, что такое мотивация достижения и почему это хорошо.

б) Составление проективных рассказов с использованием категорий мотивации достижения.

4) Третий шаг: "Что можно дать собеседнику?"

а) Происходит коллективное обсуждение того, что можно дать в разговоре собеседнику интересного, его захватывающего,

б) Обучение "искусству фишек": участники садятся в круг и начинают по очереди "двигать фишки", то есть интересные, неожиданные или по-новому поданные идеи или мысли, которые на какое-то время заставляют собеседника всерьез задуматься, отвлечься на какое-то, пусть и небольшое время. Все присутствующие оценивают идею по тому "фишка" она или нет. Тот, кто выдвинул "нефишку" - выбывает из игры. Последние два



игрока объявляются "фишечниками года". В зависимости от времени игра может повториться.

5) Четвертый шаг: аналогичен пятому шагу первого семинара-тренинга, только со спецификой "давания".

**Тема 4.** Корпоративный имидж. (форма проведения – практические занятия).

**Вопросы к теме:** Какова роль личного имиджа бизнесмена в успешном развитии бизнеса? Перечислите необходимые компоненты личного имиджа в бизнесе. Каковы факторы формирования и компоненты имиджа фирмы? Раскройте содержание известных вам стратегий формирования и поддержания имиджа фирмы. Каковы политические и управленческие составляющие имиджа государства, региона, города, села?

Интерактивный семинар

1.Цель: коллективное приобретение знаний, углубление изученного материала, закрепление навыков работы с источником.

Ход занятия: коллективное обсуждение гл.6 «Управление имиджем» (Кондратьев Э.В., Абрамов Р.Н. Связи с общественностью: Учебное пособие для высшей школы/ под. Общ. Ред. С.Д. Резника. – 3-е изд – М.: Академический проект, 2005. -432с.

Список вопросов для обсуждения:

- Структура корпоративного имиджа
- Имидж основателя и основных руководителей организации
- Имидж персонала
- Визуальный имидж организации
- социальный имидж организации
- бизнес-имидж организации
- модель корпоративного имиджа А.Н. Чумикова

2.Цель: разработка исследовательских навыков в области имиджирования

Ход занятия: Предоставление результатов предварительного изучения целевой аудитории конкретной организации. Публичная защита инструментария по которому проводилось исследование его программы. Разработка совместной концепции моделируемого имиджа

Ход занятия: Предоставление результатов предварительного изучения субъекта имиджирования. Публичная защита инструментария по которому проводилось коллективное исследование и разработка направлений коррекции имиджевых характеристик корпорации и программы реализации моделируемого имиджа.

## 7.ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ (ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ)

Не предусмотрено УП

## 8.ТЕМАТИКА КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ, РЕФЕРАТОВ

Не предусмотрено УП

## 9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

1. Деятельность по формированию корпоративного имиджа (аналитико-прогностический этап)
2. Деятельность по формированию корпоративного имиджа (организационно-деятельностный этап)
3. Деятельность по формированию корпоративного имиджа (диагностический и целевой этапы)
4. Основные этапы формирование корпоративного имиджа
5. Инструменты для создания имиджа организации





6. Понятие «корпоративный имидж» и его роль для организации
7. Ответы на вопросы в деловом взаимодействии
8. Вопросы в деловом взаимодействии (функции и виды)
9. Поведение с собеседниками различных психологических типов
10. Создание хорошего впечатления о себе
11. Создание благоприятного психологического климата
12. Электронные технологии в вербальных деловых коммуникациях.
13. Речь – как основа вербального имиджа специалиста.
14. Визуальный имидж делового человека (по фильму «Европейский обед»)
15. Визуальный имидж делового человека (застольный этикет)
16. Визуальный имидж делового человека (служебный этикет)
17. Визуальный имидж делового человека (образ мужчины)
18. Визуальный имидж делового человека (образ женщины)
19. Техники формирования имиджа делового человека
20. Стратегии формирования имиджа делового человека
21. Социальные стереотипы как основа формирования имиджа
22. Основы формирования персонального делового имиджа (4 шага)
23. Персональный деловой имидж: сущность и содержание
24. Структура личностного имиджа
25. Контекстный подход классификации имиджа
26. Функциональный подход классификации имиджа
27. Имидж в структуре мира, или где мы сталкиваемся с этим понятием
28. Структурная организация имиджа (фундаментальные основы)
29. Понятие имиджа

### 10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы ( <i>проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.</i> )	Объем в часах	Форма контроля ( <i>проверка решения задач, реферата и др.</i> )
1. Понятие имидж и имиджелогия	- Выполнение задания - Подготовка к сдаче зачета	26	устный опрос, проверка задания
2. Имидж как знаковые характеристики	- Выполнение задания - Подготовка к сдаче зачета	22	устный опрос, проверка задания,
3. Имидж руководителя: понятие, компоненты, структура	- Выполнение задания - Подготовка к сдаче зачета	24	устный опрос, проверка задания,

	Итого	72	
--	-------	----	--

### Темы занятий и задания для самостоятельной работы

#### 1. Понятие имидж и имиджелогия

- Посмотрите передачу с участием известного телеведущего. Какие средства смягчения негативных личностных характеристик вы бы предложили для улучшения его имиджа.
- Выберите из телевизионного ролика образец рекламы с участием героя, раздражающего Вас. Как вы думаете, может ли смягчение негативных личностных характеристик этого героя сделать эту рекламу более эффективной?
- Просмотрите телесюжеты, в которых участвуют известные политические деятели, государственные руководители, популярные артисты. Попробуйте определить слагаемые их имиджа; выявите, какие функции имиджа наиболее полно и искусно высвечиваются; зафиксируйте, каким образом это им удается.
- Сделайте реферат по проблеме: Особенности интенсивности имиджевого давления в шоу- бизнесе и в политике.
- Сделайте реферат по проблеме: Преодоление возрастных рубежей в имидже: миф или реальность?

#### 2. Имидж как знаковые характеристики

- Сделайте реферат по проблеме: Национально – культурная специфика наций и мотивы традиции в выборе имиджа.
- Эмоциональное восприятие цветовых сочетаний в имидже.
- Закономерности визуального поля в имидже.
- Создание визуального образа в имидже.
- Как используются в имидже звуко-цветовые соответствия?
- Влияет ли цвет на конгруэнтность имиджа?
- Как цветовое решение и макетирование встраивается в имидж?
- В чем заключается феномен психологического восприятия формы в имидже?
- Дайте собственное понятие имиджа.
- Определите отличительные признаки рекламы и имиджа, в чем заключается сходство и отличия? Приведите наглядные примеры.
- Рассмотрите особенности моды как средство самопрезентации.
- Рассмотрите индивидуальные различия в склонности к самопредъявлению.
- Раскройте особенности влияния имиджа на развитие сервисных индустрий, политической и торговой рекламы, рассмотрите их отличия в таблице.
- Сделайте сравнительный анализ самопрезентации в бизнес-среде.

#### 3. Имидж руководителя: понятие, компоненты, структура

- Постройте имидж-модели менеджеров, маркетологов, учителей, юристов по выбору.
- Постройте имидж-модели среды – руководителя, бизнесмена, исследователя.
- Раскройте смысл технологии презентации предпринимательской структуры для партнёров и клиентов?
- Дайте описание технологии воспроизводства позитивного «социального эха».
- Сделайте макет саморекламы или рекламы (пресс-релизы для СМИ) в



реализации проекта самопрезентации, методы «паблик рилейшнз».

- Какие особенности мифодизайна используются в имидже корпоративного объекта?
- Опишите несколько форм психологического сопровождения фирм и организаций можно использовать?
- Разработайте план стратегии имиджа организации?
- Разработайте план тренинга подготовки персонала по умению производить приятное впечатление на деловых партнёров и клиентов?
- Дайте описание дизайна конкретной фирмы, как самопрезентационного обустройства внутреннего и внешнего офиса.
- Опишите требования к внешнему виду работников конкретной фирмы?
- Сделайте разработку имиджа организации: включите следующие характеристики: концепция её деловых намерений, кадровые и технико-экономические характеристики, спонсорские и меценатские возможности.



## б) Программное обеспечение

1. СПС Консультант Плюс
2. Система «Антиплагиат.ВУЗ»
3. ОС Microsoft Windows
4. Microsoft Office 2016
5. «МойОфис стандартный»

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

### 1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2023]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство «ЮРАЙТ». – Москва, [2023]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Политехресурс». – Москва, [2023]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. Консультант врача. Электронная медицинская библиотека : база данных : сайт / ООО «Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг». – Москва, [2023]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

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

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

1.7. ЭБС **Znanium.com** : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Знаниум». - Москва, [2023]. - URL: <http://znanium.com> . – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

**2. КонсультантПлюс** [Электронный ресурс]: справочная правовая система. / ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2023].

### 3. Базы данных периодических изданий:

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

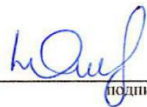
3.2. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» (Grebinnikon) : электронная библиотека / ООО ИД «Гребенников». – Москва, [2023]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

**4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека»** : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2023]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

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

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

Согласовано:

Инженер ведущий / Щуренко Ю.В. /  / 25.05.2023  
Должность сотрудника УИГТ ФИО подпись дата





## 12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

Для проведения занятий используется следующее материально-техническое обеспечение:

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

Аудитории для проведения лекций и практических занятий, для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, групповых и индивидуальных консультаций. Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской. Аудитории для проведения лекций оборудованы мультимедийным оборудованием для предоставления информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде, электронно-библиотечной системе.

## 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

доцент кафедры  
психологии и педагогики

Кочетков И.Г.