


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



УТВЕРЖДЕНО

решением Ученого совета УлГУ
от «29» августа 2023 г., протокол №1 /327

Ректор УлГУ

Б.М. Костишко

«29» августа 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Имиджелогия
Факультет	фГНиСТ
Кафедра	психологии и педагогики
Курс	3

Направление (специальность) 39.03.03 Организация работы с молодежью
код направления (специальности), полное наименование

Направленность (профиль/специализация) Организация молодежных социокультурных проектов и образовательных программ

Форма обучения: **очная**

Дата введения в учебный процесс УлГУ: «1» сентября 2022г.

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
Митин С.Н.	психологии и педагогики	Доктор педагогических наук профессор

СОГЛАСОВАНО


Заведующий кафедрой
психологии и педагогики

/С.Н.Митин/

Подпись

ФИО

«29» августа 2023г.

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

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Рабочая программа учебной дисциплины «Имиджология» предназначена для реализации государственных требований к содержанию и уровню подготовки выпускников по направлению высшего профессионального образования «ОРСМ» и является единой для очной и заочной формы обучения. Формирование мышления, знаний и навыков студентов осуществляется в ходе лекционных и практических занятий, выполнения индивидуальных заданий, самостоятельной работы, участия в научных исследованиях.

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


Дисциплина «Имиджология» Б1.О.28 является обязательной и относится к Б1.О.Обязательная часть профессиональной подготовки. Дисциплина читается в 6-ом семестре и базируется на отдельных компонентах компетенций, сформированных у обучающихся в ходе изучения предшествующих учебных дисциплин учебного плана: История и практики благотворительности. Результаты освоения дисциплины будут необходимы для дальнейшего процесса обучения в рамках поэтапного формирования компетенций при изучении следующих специальных дисциплин: Работа с молодежными объединениями, Менеджмент в молодежной политике, Государственная молодежная политика в Российской Федерации, Подготовка к сдаче и сдача 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
ОПК- 4: способность к осуществлению внутриведомственного и межведомственного взаимодействия для эффективного решения профессиональных задач в сфере молодежной политики	<p>Знать: как применять основные методы и приемы профессиональной деятельности в сфере работы с молодежью.</p> <p>Уметь: оценивать эффективность применения конкретных методов и приемов профессиональной деятельности в сфере работы с молодежью</p> <p>Владеть: применять методы контроля в профессиональной деятельности в сфере работы с молодежью</p>

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) –6 ЗЕТ

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

4.2. по видам учебной работы (в часах)- 216 часа


Форма обучения: **очная**

Вид учебной работы	Количество часов	
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам
		6
Контактная работа обучающихся с преподавателем	64	64
Аудиторные занятия:	64	64
лекции	32	32
практические и семинарские занятия	32	32
Самостоятельная работа	116	116
Всего часов по дисциплине	216	216
Текущий контроль	Устный опрос, тестирование	Устный опрос, тестирование
Курсовая работа	-	-
Виды промежуточной аттестации	Экзамен	Экзамен
	36	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 интерактивной форме	
		лекции	практические занятия, семинары			
1	2	3	4	5	6	7
Раздел 1. Основы имиджологии						
1. Понятие имидж и имиджология.	16	4	-	-	12	Устный опрос, тестирование
2. Имидж как знаковые характеристики	17	4	-	-	13	Устный опрос, тестирование
3.Классификации имиджей.	22	4	5	6 (практ)	13	Устный опрос, тестирование
4. Стратегии и техники формирования имиджа.	22	4	5	6 (практ)	13	Устный опрос, тестирование
Раздел 2. Формирование имиджа делового человека						
5. Персональный деловой имидж	22	4	5	6 (практ)	13	Устный опрос, тестирование
6. Внешний имидж, его составляющие	22	4	5	6 (лекц.)	13	Устный опрос,

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

						тестирование,
7. Вербальный имидж, его составляющие	22	4	5	6 (лекц.)	13	Устный опрос, тестирование
8. Невербальный имидж, его составляющие	20	2	5	-	13	Устный опрос, тестирование
9. Деловой этикет и общение.	17	2	2	-	13	Устный опрос, тестирование
Экзамен	36			-		Устный опрос, тестирование
Итого	216	32	32	30	116	36

5. СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

Раздел 1. ОСНОВЫ ИМИДЖЕЛОГИИ

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.

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.


3. Классификации имиджей.

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

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

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 ИМИДЖА ДЕЛОВОГО ЧЕЛОВЕКА

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. Внешний имидж, его составляющие

Роль стилистики при разработке габитарного имиджа. «Язык» одежды. 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. Вербальный имидж, его составляющие

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, 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 этикет и общение.

Деловой этикет как нормы речевого поведения между равными по статусу людьми;

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

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 риторике. Деловой разговор. Деловая беседа. Собеседование при приёме на работу. Деловое совещание. Пресс-конференция. Деловые переговоры.

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Раздел 1. ОСНОВЫ ИМИДЖЕЛОГИИ

Тема 3. 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 4. 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 ИМИДЖА ДЕЛОВОГО ЧЕЛОВЕКА

Тема 5. Персональный деловой имидж (форма проведения – деловая игра).

Вопросы к теме: Охарактеризуйте категорию «имиджмейкерство» исходя из известных вам подходов к ее объяснению в специальной литературе. Что вы вкладываете в понятие «инструментарий имиджмейкерства»? Какие инструменты имиджмейкерства вам известны и в чем их сущность? Опишите наиболее распространенные приемы формирования имиджа. Какие способы оценки эффективности имиджевого воздействия вам известны?


Интерактивный семинар

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

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

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

Вопросы к теме: Каковы основные принципы построения внешнего имиджа? Перечислите основные источники формирования имиджа и охарактеризуйте их. Что такое семиотика и каков вклад этой науки в имиджологию? Расскажите о проблематике

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

взаимодействия между реальным, информационным и символическим сознанием современного человека. Перечислите известные вам способы психологической защиты современного человека от потока излишней, ненужной, неадекватной информации. Какие характеристики целевой аудитории влияют на восприятие информации?

Интерактивный семинар

Ход занятия: Студенты определяют в ходе тренингового занятия характеристики своего объективного имиджа.

Затем, студенты в письменной форме должны произвести оценку собственного имиджа и его составляющих, прописать его структуру, соотнести с каждым из видов.

Разработать концепцию своего реального, зеркального и моделируемого внешнего имиджа.

Ход занятия: Студенты определяют в ходе тренингового занятия характеристики своего объективного имиджа. Всем участникам даётся задание охарактеризовать каждого из членов группы 2-3 словами в аспекте внешних качеств. Затем результаты по каждому члену группы интегрируются, создаётся портрет личности. И даются комментарии.


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

Вопросы к теме: Охарактеризуйте особенности вербальных стратегий. В чем суть вербальных имиджевых стратегий? В чем специфика процесса коммуникации при использовании вербальных имиджевых стратегий? Каковы возможности рекламы в использовании вербальных имиджевых стратегий?

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.

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

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 – деловая игра).

Вопросы к теме: Охарактеризуйте особенности невербальных стратегий. В чем суть невербальных имиджевых стратегий? В чем специфика процесса коммуникации при использовании невербальных имиджевых стратегий? Каковы возможности рекламы в использовании невербальных имиджевых стратегий?

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.

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

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 разбиваются на 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 задачу) 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 – практические занятия).

Вопросы к теме: Межличностное взаимодействие в деловой сфере. Психология конструирования эффективного взаимодействия с клиентом. Комплексы личности. Имидж в различных сферах деятельности.

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,

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

листочков самопрезентации (резюме), а также о способах размещения рекламного материала и способах подачи.

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

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 компетенции	Формулировка вопроса
ОПК-4	1.Деятельность по формированию корпоративного имиджа (аналитико-прогностический этап)
ОПК-4	2.Деятельность по формированию корпоративного имиджа (организационно-деятельностный этап)
ОПК-4	3.Деятельность по формированию корпоративного имиджа (диагностический и целевой этапы)
ОПК-4	4.Основные этапы формирование корпоративного имиджа
ОПК-4	5.Инструменты для создания имиджа организации
ОПК-4	6.Понятие «корпоративный имидж» и его роль для организации
ОПК-4	7.Ответы на вопросы в деловом взаимодействии
ОПК-4	8.Вопросы в деловом взаимодействии (функции и виды)
ОПК-4	9.Поведение с собеседниками различных психологических типов
ОПК-4	10.Создание хорошего впечатления о себе
ОПК-4	11.Создание благоприятного психологического климата
ОПК-4	12.Электронные технологии в вербальных деловых коммуникациях.
ОПК-4	13.Речь – как основа вербального имиджа специалиста.
ОПК-4	14.Визуальный имидж делового человека (по фильму «Европейский обед»)
ОПК-4	15.Визуальный имидж делового человека (застольный этикет)
ОПК-4	16.Визуальный имидж делового человека (служебный этикет)
ОПК-4	17.Визуальный имидж делового человека (образ мужчины)
ОПК-4	18.Визуальный имидж делового человека (образ женщины)
ОПК-4	19.Техники формирования имиджа делового человека
ОПК-4	20.Стратегии формирования имиджа делового человека
ОПК-4	21.Социальные стереотипы как основа формирования имиджа
ОПК-4	22.Основы формирования персонального делового имиджа (4 шага)
ОПК-4	23.Персональный деловой имидж: сущность и содержание
ОПК-4	24.Структура личностного имиджа
ОПК-4	25.Контекстный подход классификации имиджа
ОПК-4	26.Функциональный подход классификации имиджа
ОПК-4	27.Имидж в структуре мира, или где мы сталкиваемся с этим понятием
ОПК-4	28.Структурная организация имиджа (фундаментальные основы)
ОПК-4	29.Понятие имидж


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

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.)
Раздел 1. Основы имиджологии			
1. Понятие имидж и имиджология.	Проработка учебного материала, подготовка к экзамену	12	Устный опрос, тестирование
2. Имидж как знаковые характеристики	Проработка учебного материала, подготовка к экзамену	13	Устный опрос, тестирование
3.Классификации имиджей.	Проработка учебного материала, подготовка к экзамену	13	Устный опрос, тестирование
4. Стратегии и техники формирования имиджа.	Проработка учебного материала, подготовка к экзамену	13	Устный опрос, тестирование
Раздел 2. Формирование имиджа делового человека		13	
5. Персональный деловой имидж	Проработка учебного материала, подготовка к экзамену	13	Устный опрос, тестирование
6. Внешний имидж, его составляющие	Проработка учебного материала, подготовка к экзамену	13	Устный опрос, тестирование
7. Вербальный имидж, его составляющие	Проработка учебного материала, подготовка к экзамену	13	Устный опрос, тестирование
8. Невербальный имидж, его составляющие	Проработка учебного материала, подготовка к экзамену	13	Устный опрос, тестирование
9. Деловой этикет и общение.	Проработка учебного материала, подготовка к экзамену	13	Устный опрос, тестирование
Экзамен			
ИТОГО		116	

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

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

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ Имиджология

а) Список рекомендуемой литературы

основная:

1. Митин Сергей Николаевич. Имидж специалиста гуманитарной сферы : учеб. пособие по курсу лекций "Имиджология" / 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>
2. Семенова, Л. М. Имиджмейкинг : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 141 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11004-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517753>
3. Ушакова, Н. В. Имиджология (3-е издание) : учебное пособие для бакалавров / Н. В. Ушакова, А. Ф. Стрижова. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 264 с. — ISBN 978-5-394-01942-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/57073.html>


дополнительная:


1. 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>
2. Беляева, М. А. Азы имиджологии. Имидж личности, организации, территории : учебное пособие для вузов / М. А. Беляева, В. А. Самкова. — 2-е изд. — Москва, Екатеринбург : Кабинетный ученый, 2017. — 228 с. — ISBN 978-5-7584-0140-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/75000.html>
3. Головлева, Е. Л. Молодежная имиджология : 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>
4. Семенова, Л. М. Профессиональный имиджбилдинг на рынке труда : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 243 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11387-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517497>
5. Шалагина, Е. В. Имиджология: создание корпоративного имиджа : учебное пособие / Е. В. Шалагина. — Екатеринбург : УрГПУ, 2015. — 112 с. — ISBN 978-5-7186-0714-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/129359>

учебно-методическая:

1. Митин С. Н. Методические рекомендации по курсу "Имиджология" : по дисциплине направления подготовки — «Организация работы молодежью», «Социология», «Психология» - (степень – бакалавр) / С. Н. Митин; УлГУ, ФГНиСТ. - Ульяновск : УлГУ, 2020. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Текст : электронный. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/1750>

Согласовано:

Ведущий специалист НБ УлГУ / Терехина Л.А. /  12.05. 2023

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

б) Программное обеспечение

СПС Консультант Плюс
Система «Антиплагиат.ВУЗ»
Microsoft OfficeStd 2016 RUS или «МойОфис Стандартный»
ОС Microsoft Windows
Антивирус Dr.Web Enterprise Security Suite

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

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

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

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

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

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

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

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

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

3. Базы данных периодических изданий:

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

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

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

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

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

Согласовано:


Инженер ведущий /
Должность, сотрудник УИИТ

Щуренко Ю.В.
ФИО

подпись

19.05.2023

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.

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

Назавотчик



подпись

профессор

должностьФИО

_Митин С.Н.