

**АННОТАЦИЯ  
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
«Технологии имиджмейкинга»**

для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

**1. Цели и задачи освоения дисциплины**

**Целью освоения дисциплины** является освоение студентами теоретических знаний и получение практических навыков, касающихся формирования имиджа, навыков управления персональным, политическим и корпоративным имиджем в различных областях общественно-экономической деятельности.

**Задачи освоения дисциплины:**

- изучить роль имиджологии в современном обществе;
- рассмотреть основные концепции имиджологии, содержащие базовые понятия;
- изучить структуру имиджа, его составляющие;
- изучить современные типологии имиджа;
- рассмотреть функции и значения имиджа;
- изучить инструментарий имиджологии, методики и технологии его применения (имиджмейкинга);
- изучить имиджевые стратегии;
- рассмотреть контексты имиджологии и принципы имиджирования;
- рассмотреть теоретические аспекты самопрезентации и имиджмейкинга;
- освоить навыки использования технологий имиджирования в области персональной имиджологии;
- освоить навыки создания и управления политическим и корпоративным имиджем.

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:**

Дисциплина «Технологии имиджмейкинга» относится к базовой части дисциплин учебного плана.

**Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения:** К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать основные аспекты функционирования современных коммуникаций. Предшествующие дисциплины:

- Основы теории и практики рекламы
- Основы теории и практики связей с общественностью
- Основы теории коммуникации
- Технологии деловой коммуникации в рекламе и связях с общественностью
- Основы маркетинга
- Методика изучения исторической информации
- Введение в медиаисследования и медиаизмерения
- Теория и практика массовой информации
- Социология массовых коммуникаций
- Психология массовых коммуникаций
- Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
- Планирование ПР-кампаний

**Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:**

В содержательном плане и в логической последовательности изучения дисциплин она является основанием для последующего изучения дисциплин:

- Демография и социальная статистика
- Основы интегрированных коммуникаций
- Планирование рекламных кампаний
- Поведение потребителей
- Профессионально-творческая практика
- Научно-исследовательская работа
- Преддипломная практика
- Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
- Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

### 3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ОПК2-Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	<p><b>Знать:</b> методы сбора и систематизации научно-практической информации по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы, с учётом знаний общественных наук и актуальных проблем современного общества.</p> <p><b>Уметь:</b> применять методы социологических и Психологических исследований с целью изучения Поведения потребителя, мониторинга общественного мнения, организации воздействия, исследования отношения различных аудиторий к компании, бренду, товару.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками анализа, разработки и оценки документов, включая медиапланы, медиапродукты, и (или)коммуникационные продукты.</p>
ОПК4-Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	<p><b>Знать:</b> основные концепции и направления современного предпринимательства, анализировать во взаимосвязи экономические явления, запросы и потребности общества и аудитории, использовать экономические знания в профессиональной деятельности;</p> <p><b>Уметь:</b> отвечать на запросы общества и аудитории в профессиональной деятельности, учитывая все аспекты функционирования современных коммуникаций и их технологии, методы управления, реализации маркетинговых исследований, основы проектной деятельности и нормы права.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками и методами применения различных средств коммуникаций на основе выявления, анализа и оценки запросов общества и аудитории.</p>

### 4. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины: 3 зачетные единицы

### 5. Образовательные технологии

В ходе освоения дисциплины при проведении аудиторных занятий используются следующие

образовательные технологии:

- проведение практических занятий, тренингов связанных с отработкой навыков по формированию имиджа
- проведение групповых дискуссий на практических занятиях

При организации самостоятельной работы занятий используются следующие образовательные технологии:

- практические задания, подготовка к контрольным работам,
- подготовка к зачету.

## **6. Контроль успеваемости**

Текущий контроль осуществляется путем оценки работы обучающихся на семинарских занятиях (ответов, дополнений, замечаний, выступлений с докладами).

Промежуточный контроль проводится в форме подготовки докладов и их презентаций.

Итоговый контроль знаний осуществляется путем проведения устного зачета.