


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

УТВЕРЖДЕНО
решением Ученого совета

факультета культуры и искусства
от «15» мая 2023 г., протокол №14/258



Председатель  /Н.С. Сафронов/
Зав. кафедрой дизайна (подпись)
искусства интерьера факультета
культуры и искусства
Е.Л.Силантьева (по доверенности
№ 321/08 от 06.02.2023г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Технологии имиджемейкинга
Факультет	ФКИ
Кафедра	Кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии
Курс	3

Направление (специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Профиль: реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях

(код направления (специальности), полное наименование)


Форма обучения: очно-заочная


Дата введения в учебный процесс УлГУ: « 1 » сентября 2023г.

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
Андреева Ю.В.	СОРиК	к.пс.н.

СОГЛАСОВАНО
Заведующий выпускающей кафедрой
() <u> </u> А.К. Магомедов / Подпись ФИО «10»_05_2023 г.

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

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 PR-кампаний

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

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


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 ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ:

Перечень формируемых компетенций в процессе освоения материала по дисциплине в соответствии с ФГОС ВО:

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ОПК 2 - Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	<p>Знать: 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>Уметь: 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>Владеть: навыками анализа, разработки и оценки документов, включая медиапланы, медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты.</p>
ОПК 4 - Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	<p>Знать: 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>Уметь: 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>Владеть: - навыками и методами применения различных средств коммуникаций на основе</p>

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		
	выявления, анализа и оценки запросов общества и аудитории.	

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) 3

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения очно-заочная)			
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам		
		6	7	
1	2	3	4	5
Контактная работа обучающихся с преподавателем	26	26		
Аудиторные занятия:				
Лекции	8	8		
семинарские и практические занятия	18	18		
лабораторные работы (лабораторный практикум)				
Самостоятельная работа	82	82		
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы		Практические задания, контрольная работа		
Курсовая работа				
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)		Зачет		
Всего часов по дисциплине	108	108		

* В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий в таблице через слеш указывается количество часов работы ППС с обучающимися для проведения занятий в дистанционном формате с применением электронного обучения

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

Форма обучения очно-заочная

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы			

				практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	
Раздел 1. Теоретические основы имиджмейкинга							
Тема 1. Введение в дисциплину: имиджелогия как наука, история становления общественного и научного интереса к феномену имиджа, профессия имиджмейкера	14	2	2		2	10	Устный опрос, проверка практического задания 1
Тема 2. Общая характеристика имиджа. Типы имиджей	12		2		2	10	Устный опрос
Тема 3. Имидж в системе социальных коммуникаций	12		2		2	10	Устный опрос
Тема 4. Технологии построения имиджа: модели формирования	14	2	2		2	10	Устный опрос
Тема 5. Технологии управления имиджем	14	2	2		2	10	Устный опрос, Контрольная работа
Раздел 2. Прикладные аспекты имиджмейкинга							
Тема 6. Инструментарий имиджелогии: приемы, используемые при построении имиджа	16	2	4		2	10	Устный опрос, подготовка презентации
Тема 7. Имиджи личности в разных контекстах реализации: деловой имидж; политический имидж; имидж в шоу-бизнесе	14		2		2	12	Устный опрос, проверка практического задания 2
Тема 8. Имидж организации: технологии формирования корпоративного имиджа	12		2		2	10	Устный опрос, проверка практического задания 3
Итого	108	8	18			82	

5. СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

Раздел 1. Теоретические основы имиджмейкинга

Тема 1. Введение в дисциплину: имиджелогия как наука, история становления общественного и научного интереса к феномену имиджа, профессия имиджмейкера. Задачи изучения дисциплины. Теоретико-методологические основы имиджелогии как науки и учебной дисциплины. Связь имиджелогии с другими учебными дисциплинами. История становления и развития имиджелогии. Понятийный аппарат имиджелогии. Профессия «имиджмейкер» и ее специфика. Профессиональные качества, знания и навыки, необходимые имиджмейкеру. Социальная ответственность имиджмейкера. Роль имиджелогии в подготовке специалиста по рекламе и связям с общественностью.

Тема 2. Общая характеристика имиджа. Типы имиджей

Имидж как комплексное понятие. Семантика понятия имидж. Приоритетные функции имиджа. Три подхода к имиджу: функциональный, сопоставительный, контекстный. Варианты имиджа, присущие функциональному подходу: зеркальный, текущий, желаемый, корпоративный множественный. Отрицательный имидж. Закрытый имидж. Индивидуальный имидж. Профессиональный имидж.

Тема 3. Имидж в системе социальных коммуникаций

Имидж как инструмент общения в социальной среде. Взаимосвязь менталитета и имиджа. Многоканальность воздействия как необходимое условие формирования позитивного имиджа. Каналы коммуникации, участвующие в процессе построения имиджа. Визуальное сообщение как лидер по эффективности воздействия на аудиторию. Роль средств массовой информации в формировании имиджа. Лидеры мнений и их роль в процессе «горизонтального» распространения информации.

Тема 4. Построение имиджа: модели и технологии

Процесс построения имиджа как культивирование необходимой реакции на объект. Зависимость имиджа от конкретного исторического периода. Учет общественного мнения при построении имиджа. Треугольник имиджа: реальный, идеальный и созданный образы. Четырехтактная модель (алгоритм) формирования имиджа: определение требований аудитории, определение сильных и слабых сторон объекта, конструирование образа, перевод модели в реальность. Зависимость формируемого имиджа от характеристик аудитории: пола, возраста, религии, национальности и т.д. «Атмосфера» места.

Тема 5. Технологии управление имиджем

Процесс управления имиджем как интенсивное введение информации с прогнозируемой реакцией на нее. Факторы, влияющие на процесс управления имиджем: требования канала коммуникации, требования аудитории, требования задачи, возможности объекта. Системный характер введения имиджа в массовое сознание. Эмоциональная и рациональная составляющие. Четыре подхода к процессу построения и управления имиджем: маркетинговый, социологический, ситуативный, коммуникативный. Технология формирования имиджа личности. Стадии процесса консультирования по формированию имиджа: установление контакта; техника наблюдения; активное слушание; техника вопросов. Эскиз имиджа. Групповое и индивидуальное имиджирование.

Раздел 2. Прикладные аспекты имиджмейкинга

Тема 6. Приемы, используемые при построении имиджа, инструментарий имиджелогии.

Позиционирование как основная стратегия. Структура позиционирования (трансформация, утрировка, перевод). Манипулирование. Два уровня воздействия при манипулировании: скрытый и явный. Мифологизация. Типология мифологических образов. Основные черты мифологизации. Вербализация и визуализация. НЛП. Подача противоречивых сигналов. Детализация и акцентирование.

Тема 7. Имиджи личности в разных контекстах реализации: деловой имидж; политический имидж; имидж в шоу-бизнесе

Деловой имидж. Понятие делового имиджа принципы построения и формы его выражения. Габитарная, средовая, кинетическая и вербальная составляющие имиджа Личностный и профессиональный имидж.

Понятие политического имиджа. Цели, задачи и пути построения имиджа политического лидера. Политический имидж и мифология. Специфика работы имиджмейкера при построении политического имиджа.

Цели, задачи и средства построения имиджа в шоу-бизнесе. Особенности «имиджа звезды»: ориентация на потребности зрителя, стертость лишней информации, яркость вводимого образа. Зрелищность имиджа как необходимое условие выхода на массовую аудиторию. Использование слухов и скандалов в формировании имиджа. Роль средств массовой

информации при формировании имиджа в шоу-бизнесе.

Тема 8. Имидж организации: технологии формирования корпоративного имиджа.

Цели, задачи и принципы формирования имиджа фирмы. Имидж и репутация. Имидж и цена. Мастер-план создания имиджа. Фундамент имиджа: положение о целях бизнеса, основанное на принципах; определение долгосрочных задач; стандарты. Факторы формирования внешнего имиджа: качество продукта; осязаемый имидж (5 чувств); реклама; общественная деятельность; связи с инвесторами, отношение персонала к работе и его внешний вид. Факторы внутреннего имиджа: финансовое планирование; кадровая политика; ориентация и тренинги сотрудников; программа поощрения. Организационная культура как основа внутреннего имиджа. Неосязаемый имидж (самоимидж). Эмоциональные связи как основа формирования имиджа.

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Раздел 1. Теоретические основы имиджмейкинга

Тема 1. Введение в дисциплину: имиджология как наука, история становления общественного и научного интереса к феномену имиджа, профессия имиджмейкера.

Вопросы к семинару по теме 1:

- Имиджология как наука, история становления общественного и научного интереса к феномену имиджа, профессия имиджмейкера.
- Профессиональные качества, знания и навыки, необходимые имиджмейкеру.
- Социальная ответственность имиджмейкера.
- Роль имиджологии в подготовке специалиста по рекламе и связям с общественностью.

Подготовка к семинару: изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы.

Практическое задание 1: «Имиджмейкинг и имиджмейкер». Используя информацию из Интернета (в т.ч. региональных сайтов – новостных и сайтов коммерческих компаний и имидж-студий), найти материалы об известных имиджмейкерах и имидж-мастерах современности (мирового, общероссийского и регионального уровней), методах их работы и наиболее успешных проектах. По итогам интернет-мониторинга подготовьте устное выступление на семинарском занятии, сопровождаемое презентацией в Power Point.

Тема 2. Общая характеристика имиджа. Типы имиджей

Вопросы к семинарскому занятию по теме 2:

- Типы имиджей.
- Варианты имиджа, присущие функциональному подходу: зеркальный, текущий, желаемый, корпоративный множественный.
- Отрицательный имидж.
- Закрытый имидж.
- Индивидуальный имидж.
- Профессиональный имидж.

Подготовка к семинару: изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы.

Тема 3. Имидж в системе социальных коммуникаций

Вопросы к семинарскому занятию по теме 3:

- Черты современной системы социальных коммуникаций.
- Возможности социальных медиа для формирования и продвижения имиджа
- Визуализация имиджа и возможности эффективного воздействия на аудиторию.
- Функции СМИ и лидеров мнений

Подготовка к семинару: изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы.

Тема 4. Построение имиджа: модели и технологии

Вопросы к семинарскому занятию по теме 4:

- Основные этапы построения имиджа.
- Четырехтактная модель (алгоритм) формирования имиджа
- Значение определения требований аудитории
- Работа с сильными и слабыми сторонами объекта имиджирования
- Конструирование образа
- «Перевод» созданной модели в реальность.

Подготовка к семинару: изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы.

Тема 5. Технологии управления имиджем

Вопросы к семинарскому занятию по теме 5:

- Значение управления имиджем
- Общая характеристика основных подходов к управлению имиджа
- Технологии маркетингового подхода
- Технологии социологического подхода
- Технологии ситуативного подхода и коммуникационного подхода
- Психологические основания для построения и управления имиджем.

Подготовка к семинару: изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы.

Контрольная работа (по теоретической части курса).

Раздел 2. Прикладные аспекты имиджмейкинга

Тема 6. Приемы, используемые при построении имиджа, инструментарий имиджелогии

Вопросы к семинарскому занятию по теме 6:

- Имидж-стратегии и приемы, используемые при построении имиджа.
- Структура позиционирования (трансформация, утрировка, перевод).
- Мифологизация.
- Вербализация и визуализация.

Домашнее задание: По вышеизложенным вопросам подготовьте устное выступление на семинарском занятии, сопровождаемое презентацией в Power Point с приведением подходящего иллюстративного материала.

Тема 7. Имиджи личности в разных контекстах реализации: деловой имидж; политический имидж; имидж в шоу-бизнесе

Вопросы к семинару по теме 7:

Контекстное значение имиджа личности

Роль, назначение, характерные черты и структура делового имиджа

Роль, назначение, специфика и структура политического имиджа

Роль, назначение и особенности построения имиджа в шоу-бизнесе.

Практическое задание 2 для семинара 7. «Анализ имиджа в социальных медиа». Выберите публичную (общеизвестную) персону - это может быть общественный деятель, журналист, человек нашей профессии, политик, актёр, певец, ведущий, блогер и т.п. – и выполните анализ его страниц (аккаунтов/профилей/каналов) во всех местах онлайн-присутствия. Опишите основные принципы построения, формы выражения и применяемые для создания онлайн-имиджа технологии. По результатам подготовьте устное выступление на семинарском занятии, сопровождаемое презентацией в Power Point.

Тема 8. Имидж организации: технологии формирования корпоративного имиджа

Вопросы к семинару по теме 8:

- Значение имиджа для организации.
- Примеры имиджей ведущих мировых и отечественных корпораций
- Факторы формирования внешнего имиджа организации: качество продукта; осязаемый имидж (5 чувств)

- Значение рекламы для имиджа организации
- Роль общественной деятельности и участие в социальной жизни для имиджа организации
- Работа с инвесторами в контексте имиджевой политики организации
- Специфика кадровой политики для имиджа организации

Практическое задание 3 для семинара 8. «Имидж региональных компаний». Работа над итоговым творческим заданием в малых группах. Сбор и анализ материала по имиджу региональных компаний. По результатам работы публичная защита группового проекта, сопровождаемое презентацией в Power Point.

7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ (ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ)

Не предусмотрено по учебному плану.

8. ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ

Не предусмотрено по учебному плану.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ

№	Формулировка вопроса
1.	История становления и развития имиджологии: мировой опыт.
2.	Современное состояние развития науки об имидже в России.
3.	Профессия «имиджмейкер» и ее специфика.
4.	Распространение профессии имиджмейкер и область решаемых задач.
5.	Понятие технологии имиджемейкинга.
6.	Понятие имиджевой стратегии. Проблема выбора.
7.	Основные типы имиджа: краткая характеристика.
8.	Проблема классификации имиджей.
9.	Психология имиджа в системе социально-психологического знания.
10.	Основы психологии восприятия.
11.	Теория образа.
12.	Понятие аттитюда и специфика организации восприятия.
13.	Понятие стереотипа и динамика стереотипов при восприятии имиджей.
14.	Основы методологии изучения имиджа.
15.	Характеристика методов исследования имиджа.
16.	Технологии имидж-диагностики.
17.	Имидж как составляющая репутации. Соотношение понятий имидж и репутация.
18.	Самоимидж, воспринимаемый имидж и требуемый имидж: взаимосвязь и различия.
19.	Влияние характеристик аудиторий на формируемый имидж.
20.	Массовое сознание и архитектурные конструкции при восприятии имиджей.
21.	Приемы, используемые при построении имиджа.
22.	Технология построения имиджа личности.
23.	Внутреннее и публичное «Я» человека. Взаимосвязь и различия.
24.	Регулирование и коррекция индивидуального имиджа
25.	Проблема управления впечатлением, коррекция самоподачи Я-образа
26.	Деловой имидж и формы выражения делового имиджа.
27.	Социально-психологические основания для построения имиджа.
28.	Влияние конкретной исторической обстановки на формируемый имидж.
29.	Зависимость имиджа от характеристик аудитории.
30.	Вербальный канал и его значение в формировании имиджа.
31.	Визуальные символы воздействия при формировании имиджа.
32.	Политический имидж: специфика формирования и управления.
33.	Элементы имиджа политического лидера
34.	Технологии управления имиджем в политических кампаниях

35.	Корпоративный имидж и его значение.
36.	Структура корпоративного имиджа
37.	Стратегии создания имиджа фирмы.
38.	Внешний имидж фирмы, характеристика его элементов
39.	Внутренний имидж фирмы и его влияние на внешний имидж.
40.	Цели и задачи руководителя в работе по формированию имиджа компании

9. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

Общие положения

Самостоятельная работа студентов складывается из нескольких составляющих:

- работа с текстами: лекций, учебниками, дополнительной литературой, в том числе Интернет-источниками, а также конспектами лекций;
- выполнение практических заданий, подготовка презентаций, устных сообщений;
- подготовка к контрольной работе, к экзамену.

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>)
Тема 1. Введение в дисциплину: имиджелогия как наука, история становления общественного и научного интереса к феномену имиджа, профессия имиджмейкера	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы выполнение практического задания	10	Устный опрос, проверка практического задания 1
Тема 2. Общая характеристика имиджа. Типы имиджей	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы	10	Устный опрос
Тема 3. Имидж в системе социальных коммуникаций	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы	10	Устный опрос
Тема 4. Технологии построения имиджа: модели формирования	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы	10	Устный опрос
Тема 5. Технологии управления имиджем	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы подготовка к контрольной работе	10	Устный опрос, проверка результатов контрольной работы
Тема 6. Инструментарий	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной,	10	Устный опрос, проверка

имиджелогии: приемы, используемые при построении имиджа	справочной, научно-методической литературы, конспектов темы, подготовка презентации		презентации
Тема 7. Имиджи личности в разных контекстах реализации: деловой имидж; политический имидж; имидж в шоу-бизнесе	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы выполнение практического задания	12	Устный опрос, проверка практического задания 2
Тема 8. Имидж организации: технологии формирования корпоративного имиджа	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы выполнение практического задания	10	Устный опрос, проверка практического задания 3

10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ


а) Список рекомендуемой литературы

Основная литература

1. 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>
2. Ушакова, Н. В. Имиджелогия : 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 // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/57073.html>

Дополнительная литература

1. Беляева, М. А. Азы имиджелогии. 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 // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/75000.html>
2. Беленко В. Е. Имиджелогия. Стратегии и тактики имиджевой коммуникации: учебное пособие / В. Е. Беленко, М. П. Беленко. — Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2010. — 140 с. — ISBN 978-5-7782-1393-7. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/44920.html>
3. Шарков, Ф. И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы : учебное пособие / Ф. И. Шарков. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, 2019. — 272 с. — ISBN 978-5-394-03152-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/85162.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. Шарков, Ф. И. Имидж фирмы. Технологии управления : учебное пособие / Ф. И. Шарков. — Москва : Академический Проект, 2006. — 272 с. — ISBN 5-8291-0764-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/36327.html>

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

Учебно-методическая литература

1. Андреева Ю.В. Имиджелогия : учебно-методические указания для студентов направления бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» / Ю. В. Андреева; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 320 КБ). - Текст : электронный. <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/8205>

Согласовано:

Гл. библиотекарь

Должность сотрудника научной библиотеки

/ Шевякова И.Н.


ФИО



подпись

/ 11.05.2023

дата

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

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 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.


Должность, организация УИИТ

0080

Место

19.05.2023

ДПО

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

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Аудитории для проведения лекций, семинарских занятий, 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.

12. 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 Андреева Ю.В.