

Подписано электронной подписью:
Вержицкий Данил Григорьевич
Должность: Директор КГПИ ФГБОУ ВО «КемГУ»
Дата и время: 2024-02-21 00:00:00
471086fad29a3b30e244c728abc3661ab35c9d50210dcf0e75e03a5b6fdf6436

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кемеровский государственный университет»
Новокузнецкий институт (филиал)
федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования
«Кемеровский государственный университет»
(Наименование филиала, где реализуется данная дисциплина)
Факультет информатики, математики и экономики
Кафедра экономики и управления

Демчук Наталия Владимировна

ИМИДЖЕЛОГИЯ

*Методические указания по изучению дисциплины
по направлению подготовки
39.03.01 Социология
Направленность (профиль) подготовки
«Социологические и маркетинговые исследования»*

Год набора - 2020

Новокузнецк - 2020

Демчук Н. В.

Имиджелогия: метод. указ. по изучению дисциплины по направлению подготовки 39.03.01 Социология, направленность (профиль) подготовки «Социологические и маркетинговые исследования» / Н. В. Демчук. - Новокузнецк ин-т (фил.) Кемеров. гос. ун-та. – Новокузнецк: НФИ КемГУ, 2020. – 12 с. - Текст: непосредственный.

В методических указаниях для студентов представлены содержание учебной дисциплины, методические указания по подготовке к лекционным занятиям, методические указания по подготовке к практическим занятиям, планы семинарских занятий, методические указания к выполнению самостоятельной работы, методические указания по подготовке к тестированию, методические указания по подготовке к зачету, список использованной литературы.

Методические указания предназначены для студентов очной формы обучения по направлению 39.03.01 Социология.

Рекомендовано
на заседании кафедры экономики
и управления
04 декабря 2020 г.

Заведующий кафедрой



Ю. Н. Соина-Кутищева

©Демчук Н.В., 2020

© Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего
профессионального образования
«Кемеровский государственный университет»,
Новокузнецкий институт (филиал) 2020
Текст представлен в авторской редакции.

Оглавление

	Введение	4
1	Содержание учебной дисциплины	5
2	Методические указания обучающимся по подготовке к учебным занятиям	
	Методические указания обучающимся по подготовке к лекционным занятиям	5
	Методические указания обучающимся по подготовке к практическим занятиям	7
	Планы практических занятий	8
3	Методические указания обучающимся по выполнению внеаудиторной самостоятельной работы по учебной дисциплине	9
	Методические указания обучающимся по подготовке к различным видам самостоятельной работы	9
	Методические указания обучающимся по подготовке к промежуточному контролю	11
4	Список рекомендуемой учебной литературы	12

ВВЕДЕНИЕ

Методические указания по изучению дисциплины «Имиджелогия» предназначены для студентов очной формы обучения, обучающихся по направлению подготовки 39.03.01 Социология, направленность (профиль) «Социологические и маркетинговые исследования».

Актуальность изучения дисциплины «Имиджелогия» социологами связана с выполнением будущими бакалаврами профессиональных задач по организации взаимодействия с заказчиками социологических и маркетинговых исследований, с партнерами из других социологических центров, с респондентами и информантами.

Учебная дисциплина «Имиджелогия» является выборной дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений. Дисциплина изучается на 4 курсе, в 7 семестре.

Цель дисциплины - формирование навыков создания имиджа в профессиональной деятельности и компетенции ПК-1 Способен провести социологическое и маркетинговое исследование на основе применения инструментов комплекса маркетинга

Индикаторы достижения компетенции по ОПОП:

ПК-1.3 Использует данные маркетинговых исследований в осуществлении маркетинговых коммуникаций.

Для формирования компетенции по дисциплине студент должен:

Знать:

- Основные понятия и технологии формирования имиджа.
- Основные имиджевые модели, стратегии, принципы, функции имиджелогии.

Уметь:

- Анализировать имидж как социально-психологический феномен.
- Применять инструменты диагностики и создания имиджа.

Владеть:

- Навыками самопрезентации как специалиста – социолога.
- Навыками создания и представления имиджа организации/проекта /исследования.

При изучении дисциплины проводятся лекционные, практические занятия, самостоятельная работа студента.

Форма проведения промежуточного контроля - зачет.

Формы текущего контроля: собеседование по темам практических занятий, тестирование.

1. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Введение в имиджологию. Имидж как социально-психологический феномен.

Истоки зарождения и предпосылки развития имиджологии как теории и практики создания имиджей. Место имиджологии в системе научных знаний. Прикладное назначение имиджологии. Тенденции и перспективы развития имиджологии в России и за рубежом. Этимология понятия «имидж». Природа имиджа. Имидж как синтез реальности и символизма. Имидж как явление и средство воздействия. Структура, виды, типы, свойства и функции имиджа.

Тема 2. Управленческая имиджология: цели, задачи

Имиджевая компетентность. Значение имиджологического образования в современном управлении.

Тема 3. Основные принципы и подходы в создании и преобразовании имиджей. Инструментарий имиджологии.

Основные классификации имиджевых стратегий: «аристотелевская», «платоновская» линии, концепция «рыночной» ориентации Э.Фрома, концепция социальных представлений Д.Жоделе, Ж.-П.Кодолом, С.Московичи и др. Имиджирование или деятельность по созданию и корректировке имиджа: основные подходы и принципы. Идея имиджа как публичного или внешнего «Я». Условия и факторы эффективного имиджирования. Алгоритм формирования и преобразования имиджа: объективные и субъективные условия продуктивности.

Тема 4. Искусство самопрезентации.

Понятие самопрезентации как формы имиджирования. Мотивы, визуальные и аудиальные средства самопрезентации. Индивидуальные свойства и задатки, гендерные особенности самопрезентации. Условия и факторы эффективной самопрезентации. Сравнительная характеристика понятий «имидж» и «стиль». Психологическая теория цветовой гармонии. Функции языка одежды. Диагностика личности по одежде. Кинетика в самопрезентации. Искусство жеста. Вербальная самопрезентация. Техники речевого воздействия. Способы заочной самопрезентации. Персональное резюме

Тема 5. Имидж организации.

Имидж как психологическая PR- категория. Цели, задачи, функции имиджа организации. Понятие эффективного делового имиджа. Этапы и алгоритм создания имиджа организации. Базовые структурные модели имиджа организации и подходы к его формированию и преобразованию. Рекомендации по созданию фирменного стиля. Корпоративная философия и корпоративная культура. Технологии продвижения имиджа.

Тема 6. Имидж руководителя.

Значение эффективного имиджа руководителя. Составляющие имиджа личности руководителя. «Внутренний» и «внешний» имидж руководителя. Механизмы формирования имиджа руководителя. Психологические условия и факторы эффективности имиджа первого лица организации.

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ПОДГОТОВКЕ К УЧЕБНЫМ ЗАНЯТИЯМ

2.1. Методические указания обучающимся по подготовке к лекционным занятиям

На лекциях преподаватель рассматривает вопросы рабочей программы учебной дисциплины, составленной в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению / специальности

подготовки 39.03.01 Социология, направленность (профиль) подготовки «Социологические и маркетинговые исследования».

Знакомство с учебной дисциплиной происходит уже на первой лекции, где от обучающегося требуется не просто внимание, но и самостоятельное оформление конспекта. При работе с конспектом лекций необходимо учитывать тот фактор, что одни лекции дают ответы на конкретные вопросы темы, другие – лишь выявляют взаимосвязи между явлениями, помогая студенту понять глубинные процессы развития изучаемого предмета.

В ходе лекционных занятий обучающимся рекомендуется конспектировать содержание учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации по их применению. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

Конспектирование лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы, предполагающий интенсивную умственную деятельность студента. Конспект является полезным тогда, когда он оформляется самим обучающимся. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Целесообразно вначале понять основную мысль, излагаемую лектором, а затем записать ее. Желательно запись осуществлять на одной странице листа или оставляя поля, на которых позднее, при самостоятельной работе с конспектом, можно сделать дополнительные записи, отметить непонятные места.

Конспект лекции лучше подразделять на пункты, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать вопросы плана лекции, предложенные преподавателем. Следует обращать внимание на акценты, выводы, которые делает выступающий, отмечая наиболее важные моменты в лекционном материале замечаниями «важно», «хорошо запомнить» и т.п., выделяя их и с помощью разноцветных маркеров или ручек, подчеркивая термины и определения.

Целесообразно разработать собственную систему сокращений, аббревиатур и символов. Однако при дальнейшей работе с конспектом символы лучше заменить обычными словами для быстрого зрительного восприятия текста.

Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту учебную литературу, которую дополнительно рекомендовал преподаватель. Именно такая серьезная, кропотливая работа с текстом лекции позволит глубоко овладеть теоретическим материалом.

При подготовке к лекционным занятиям студентам важно соблюдать следующие правила:

- перед каждой лекцией просматривать рабочую программу дисциплины, что позволит сэкономить время на записывание темы лекции, ее основных вопросов, рекомендуемой литературы;

- на отдельные лекции приносить соответствующий материал на бумажных носителях, представленный лектором на портале или присланный на «электронный почтовый ящик группы» (таблицы, графики, схемы); данный материал будет охарактеризован, прокомментирован, дополнен непосредственно на лекции;

- перед очередной лекцией необходимо просмотреть по конспекту материал предыдущей лекции; при затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным учебным источникам; если разобраться в материале опять не удалось, то необходимо обратиться к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на практических занятиях;

- студенты, присутствующие на лекционном занятии, обязаны не только внимательно слушать преподавателя кафедры, но и конспектировать излагаемый им материал; при этом конспектирование материала представляет собой запись основных теоретических положений, излагаемых лектором. Конспектирование лекций дает студенту не только возможность пользоваться записями лекций при самостоятельной подготовке к семинарам и

зачету (экзамену), но и глубже и основательней вникнуть в существо излагаемых в лекции вопросов, лучше усвоить и запомнить материал.

– для студента важно выработать свой стереотип написания слов, однако по возможности надо стараться избегать различных ненужных сокращений и записывать слова, обычно не сокращаемые, полностью; если существует необходимость прибегнуть к сокращению, то надо употреблять общепринятые сокращения, так как произвольные сокращения по истечении некоторого времени забываются, и при чтении конспекта бывает, в связи с этим, очень трудно разобрать написанное.

– студенту, пропустившему лекционное занятие (независимо от причин), рекомендуется не позже чем в 10-дневный срок явиться на консультацию к преподавателю и отчитаться по теме, изучавшейся на лекции (студенты, не отчитавшиеся за каждое пропущенное занятие к началу зачетной сессии, упускают возможность получить положенные баллы за работу в соответствующем семестре).

2.2. Методические указания обучающимся по подготовке к практическим занятиям

Значительную роль в изучении предмета выполняют практические занятия, которые призваны, прежде всего, закреплять теоретические знания, полученные в ходе прослушивания и запоминания лекционного материала, ознакомления с учебной и научной литературой, а также выполнения самостоятельных заданий. Тем самым, практические занятия способствуют получению наиболее качественных знаний, помогают приобрести навыки самостоятельной работы.

Приступая к подготовке темы практического занятия, необходимо внимательно ознакомиться с его планом. Затем следует изучить соответствующие конспекты лекций, главы учебников и методических пособий, разобрать примеры, ознакомиться с дополнительной литературой (справочниками, энциклопедиями, словарями). Предлагается к наиболее важным и сложным вопросам темы составлять конспекты ответов. Конспектирование дополнительных источников также способствует более плодотворному усвоению учебного материала. Следует готовить все вопросы соответствующего занятия: необходимо уметь давать определения основным понятиям, знать основные положения теории, правила и формулы, предложенные для запоминания к каждой теме

Перед очередным практическим занятием целесообразно выполнить все задания, предназначенные для самостоятельного рассмотрения, изучить лекцию, соответствующую теме следующего практического занятия, подготовить ответы на вопросы по теории, разобрать примеры. В процессе подготовки к практическому занятию закрепляются и уточняются уже известные и осваиваются новые категории, «язык» становится богаче. Столкнувшись в ходе подготовки с недостаточно понятными моментами темы, необходимо найти ответы самостоятельно или зафиксировать свои вопросы для постановки и уяснения их на самом практическом занятии.

В начале занятия следует задать преподавателю вопросы по материалу, вызвавшему затруднения в его понимании и освоении.

Самое главное на практическом занятии – уметь изложить свои мысли окружающим, поэтому необходимо обратить внимание на нижеследующие полезные советы.

1. Если студент чувствует, что не владеет навыком устного изложения, необходимо составить подробный план материала, который он будет излагать. Но только план, а не подробный ответ, чтобы избежать зачитывания.

2. Студенту необходимо стараться отвечать, придерживаясь пунктов плана.

3. При устном ответе не волноваться, так как вокруг друзья, а они очень благожелательны к присутствующим.

4. Следует говорить внятно при ответе, не употреблять слова-паразиты.

5. Полезно изложить свои мысли по тому или иному вопросу дома, в общезнании.

2.3 Планы практических занятий

Тема практического занятия: Имидж как социально-психологический феномен
Форма организации практического занятия: дискуссия.

Ключевые понятия темы:

Значение имиджелогического образования в современном управлении.

Тема практического занятия: Управленческая имиджелогия: цели, задачи

Форма организации практического занятия: дискуссия, доклады.

Ключевые понятия темы:

Идейно-теоретические предпосылки социально-психологической концепции имиджа как феномена intersubjectivного взаимодействия.

Понятие эффективного делового имиджа.

Тема практического занятия: Искусство самопрезентации

Форма организации практического занятия: дискуссия, доклады.

Ключевые понятия темы:

Понятие самопрезентации как формы имиджирования.

Мотивы, визуальные и аудиальные средства самопрезентации.

Индивидуальные свойства и задатки, гендерные особенности самопрезентации.

Условия и факторы эффективной самопрезентации.

Сравнительная характеристика понятий «имидж» и «стиль».

Психологическая теория цветовой гармонии.

Тема практического занятия: Диагностика личности по одежде.

Форма организации практического занятия: кейсы, отчеты.

Ключевые понятия темы:

Функции языка одежды.

Кинетика в самопрезентации.

Искусство жеста.

Вербальная самопрезентация.

Техники речевого воздействия.

Способы заочной самопрезентации.

Персональное резюме.

Тема практического занятия: Имиджмейкинг: инструментарий и технологии.

Форма организации практического занятия: кейсы, отчеты.

Ключевые понятия темы:

Понятие архетипа.

Роль мифа в создании имиджа.

Мифологизация. Знаки и символы.

Позиционирование: трансформация, утрировка, перевод.

Формат, вербализация и детализация.

Введение моделей восприятия и введение знаков.

Модели визуальной коммуникации. Перформанс.

Тема практического занятия: Методы совершенствования имиджа руководителя.

Форма организации практического занятия: кейсы, отчеты.

Ключевые понятия темы:

Профессионально-личностные характеристики, обуславливающие эффективный имидж руководителя.

Структура имиджа руководителя.

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ВНЕАУДИТОРНОЙ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

3.1. Методические указания обучающимся по подготовке к различным видам самостоятельной работы

Самостоятельная работа студентов выполняется в виде написания реферата на основе статей из периодических научных журналов.

Реферат представляет собой сообщение на определенную тему, включающий обзор соответствующих литературных и других источников или изложение сути книги, статьи, исследования, а также доклад с таким изложением. Реферат - это сокращенный пересказ содержания первичного документа (или его части) с основными фактическими сведениями и выводами.

Реферируются сразу несколько научных трудов (монографий, статей, учебников) различных авторов по выбранной теме. В контрольной работе необходимо использовать 5-7 источников литературы.

Объем работы должен быть равен 15-20 страницам или от 20 до 40 тысяч знаков с пробелами. Шрифт работы - Times New Roman, кегль 14, межстрочный интервал полуторный. Работа выполняется на бумаге формата А-4 на одной стороне листа, листы сшиваются в папке-скоросшивателе.

Написание реферата предполагает выбор темы. Выбор темы реферата осуществляется студентом либо из предложенного списка, либо самостоятельно. Студент имеет право написать реферат на произвольную тему, которая не обозначена в данных рекомендациях, но его заинтересовала. Самостоятельно выбранная тема обязательно должна быть предварительно согласована с преподавателем.

При выборе темы студент должен учитывать:

- ее актуальность;
- познавательный интерес к ней;
- возможность последующего более глубокого исследования проблемы при подготовке курсовых работ при изучении последующих дисциплин.

Реферат должен включать в себя: титульный лист, содержание (оглавление), введение, основную часть, заключение, список использованной литературы.

Титульный лист – это первая страница контрольной работы, на которой указаны надзаголовочные данные, заглавие, сведения об авторе, сведения о преподавателе, место и год выполнения работы.

Содержание (оглавление) раскрывает содержание работы путем обозначения параграфов с указанием страниц, с которых они начинаются. Названия параграфов должны точно повторять соответствующие заголовки в тексте.

Во введении указывается тема работы, обосновывается ее актуальность, дается общий обзор использованной литературы и даются комментарии к состоянию изученности данного вопроса.

В основной части должны быть полностью раскрыты все основные аспекты выбранной темы. В изложении вопроса должна прослеживаться определенная логика. Должно быть ясно, что студент знаком с основными точками зрения по данной проблеме, изучил работы наиболее авторитетных специалистов, определил собственную позицию по данному вопросу и умеет ее аргументировано изложить. Аргументами в данном случае будут являться теоретические положения и данные практики, почерпнутые из литературы.

В заключении содержатся выводы и обобщения по работе в целом: указывается, какой вопрос исследован, какие выводы сделаны, какие есть аргументы в пользу данной точки зрения.

В конце работы помещается список использованной литературы. В список литературы включаются только те источники литературы, которые были использованы при написании работы и упомянуты в тексте или сносках. Источники литературы в списке указываются в алфавитном порядке. Ссылки на источники приводятся в тексте в квадратных скобках. Например, [4, с. 23-28]. Список составляется с учетом требований государственного стандарта.

Выполнение реферата предполагает проработку, осмысление и усвоение полученной информации для формирования собственного мнения по выбранному вопросу.

Процесс выполнения контрольной работы необходимо разделить на два этапа. Первый подготовительный этап, связан с деятельностью студента по выбору темы, сбору необходимого материала. Подготовительный этап включает процесс конспектирования статей и учебников, составление плана реферата, предварительного списка используемой литературы.

Источником поиска могут быть теоретические труды ученых, научно-методическая литература, а также печатные материалы СМИ и интернет-источники. Интернет-материалы могут использоваться при написании контрольной работы, однако их содержание должно быть самостоятельно проработано студентом и должно учитываться наряду с печатными источниками.

Для составления реферата применяется три вида записей: конспект, аннотация, цитата.

Конспект – это краткое или подробное переработанное автором письменное изложение какой-либо работы: сочинения, лекции, доклада, или одного первоисточника.

Аннотация – это краткое изложение основной сути, содержания какой-либо статьи, сочинения, работы с обязательной характеристикой их направленности, ценности, назначения. Обычно в аннотации пишется краткое заключение и выводы работы.

Цитата – это дословная выдержка из текста, изречение автора, которое приводится для подтверждения некоторых фактов и соображений. Под цитатой обязательно указывается фамилия автора.

Методика конспектирования:

1. Внимательно прочитайте весь текст или его фрагмент – параграф, главу.
2. Выделите информативные центры прочитанного текста.
3. Определите какая информация является основной – наиболее существенной для раскрытия содержания темы или вопроса, какая вспомогательной – комментарии, пояснения, факты, помогающие лучше понять содержание.
4. Сформулируйте своими словами каждую мысль основной информации и запишите.

5. Подтвердите каждую основную мысль цитатами или примерами из текста.

Второй этап выполнения контрольной работы состоит из написания текста реферата.

На основе подготовленных конспектов статей или разделов учебника студент должен самостоятельно раскрыть тему реферата, следуя составленному плану, показать свое видение тех или иных рассматриваемых проблем. Обращаем внимание на то, что нельзя ограничиваться простым пересказом содержания прочитанного. Необходимо выделить наиболее важные теоретические положения и обосновать их, выделить цель, задачи, выводы и предложения. Чтение научной литературы должно быть критическим. Надо стремиться раскрыть особенности различных точек зрения на один и тот же вопрос, оценить практическое и теоретическое значение результатов реферируемых работ, выразить своё отношение к идеям и выводам авторов, подкрепив его определенными аргументами (личным опытом, высказываниями других исследователей и т.д.).

Примерные темы рефератов:

- 1 Становление и развитие имеджелогии – зарубежный опыт и российская действительность.
2. Психологические аспекты имиджа.
- 3.Имидж делового человека.
4. Социальные стереотипы.
5. Визуальные характеристики имиджа как средство самовыражения.
- 6 Роль одежды в построении имиджа.
- 7.Жест как прием невербальной коммуникации.
8. Значение речевого воздействия при создании позитивного имиджа.
- 9.«Идеальный руководитель»: зарубежный и российский опыт.
10. Имидж государственной службы и государственного служащего.
11. Личное обаяние менеджера как фактор профессионализма.

3.2 Методические указания обучающимся по подготовке к промежуточному контролю

Готовиться к зачету необходимо последовательно, с учетом контрольных вопросов, разработанных ведущим преподавателем кафедры. Сначала следует определить место каждого контрольного вопроса в соответствующем разделе темы учебной программы, а затем внимательно прочитать и осмыслить рекомендованные научные учебные работы, соответствующие разделы рекомендованных учебников. При этом полезно делать хотя бы самые краткие выписки и заметки. Деятельность над темой можно считать завершенной, если вы сможете ответить на все контрольные вопросы и дать определение понятий по изучаемой теме.

Для обеспечения полноты ответа на контрольные вопросы и лучшего запоминания теоретического материала рекомендуется составлять план ответа на контрольный вопрос. Это позволит сэкономить время для подготовки непосредственно перед зачетом за счет обращения не к учебной литературе, а к своим записям. При подготовке необходимо выявлять наиболее сложные, дискуссионные вопросы, с тем, чтобы обсудить их с преподавателем на обзорных лекциях и консультациях.

Нельзя ограничивать подготовку к зачету простым повторением изученного материала. Необходимо углубить и расширить ранее приобретенные знания за счет новых идей и положений. Результат по сдаче зачета/экзамена объявляется студентам, вносится в зачетную/экзаменационную ведомость. При получении отметки «не зачтено»/ «неудовлетворительно» повторная сдача осуществляется в другие дни, установленные деканатом.

Примерные теоретические вопросы и практические задания к зачету

1. Истоки зарождения, предпосылки развития и теоретико-прикладное назначение имиджологии.
2. Тенденции и перспективы развития имиджологии в России.
3. Место имиджологии в современном государственном управлении, менеджменте и предпринимательстве.
4. Имиджология в системе научных знаний.
5. Понятие имиджа как явления и средства воздействия.
6. Имидж как психологическая PR – категория.
7. Социальная перцепция: механизмы и закономерности.
8. Ценность позитивного имиджа в современном деловом мире.
9. Типология и виды имиджа.
10. Свойства и функции имиджа.
11. Связь имиджа, мифа, архетипа и стереотипа.
12. Идея имиджа как публичного или внешнего «Я».
13. Вербальный и невербальный имидж как составляющие целостного образа.
14. Механизмы фасцинации и аттракции.
15. Визуальные характеристики имиджа. Физиогномика. Фейсбилдинг.
16. Кинесика. Искусство жеста.
17. Социально-ролевое назначение одежды.
18. Информативный и культурный потенциал одежды.
19. Украшения и аксессуары в деловом костюме.
20. Речь и ее значение в создании эффективного имиджа.
21. Самопрезентация: понятие, цель, мотивы.
22. Заочная самопрезентация: правила составления и подачи резюме.
23. Технология самопрезентации.
24. Первое впечатление и его значение: факторы, определяющие первое впечатление.
25. Эффекты первого впечатления.

26. Имиджирование и имиджмейкинг. Профессия – имиджмейкер.
27. Принципы имиджирования.
- 28.. Имидж организации: характеристики, функции, типы.
29. Базовые структурные модели и основные подходы к созданию имиджа организации.
30. Имидж руководителя и его составляющие.
31. Имидж государственных служащих.
32. «Секреты» и слагаемые обаяния личности. Харизматическая личность.

4. СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Основная учебная литература

1. Семенова, Л. М. Имиджмейкинг : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 141 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11004-3. — URL: <https://urait.ru/bcode/456584> (дата обращения: 27.08.2020). — Текст: электронный.

Дополнительная учебная литература

1. Имиджелогия. Теория и практика: Учеб. пособие для студентов вузов Учебное пособие / Горчакова В.Г. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 335 с.— URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=872660> (дата обращения: 27.08.2020). — Текст: электронный.

Имидж. Искусство и реальность: Учебное пособие для студентов вузов / Горчакова В.Г. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 279 с. — URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=872659> (дата обращения: 27.08.2020). — Текст: электронный.

2. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: Учебное пособие / Шарков Ф.И., - 3-е изд. - Москва: Дашков и К, "Издательство Шаркова", 2017. - 270 с.— URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=327924> (дата обращения: 27.08.2020). — Текст: электронный.

3. Социальное пространство имиджа: Монография / Кошлякова М.О. - Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 152 с.— URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=557157> (дата обращения: 27.08.2020). — Текст: электронный.