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

Кузбасский гуманитарно-педагогический институт
федерального государственного бюджетного образовательного
учреждения высшего образования
«Кемеровский государственный университет»

Факультет информатики, математики и экономики

УТВЕРЖДАЮ:
Декан факультета информатики,
математики и экономики

Фомина А.В.
« 10» февраля 2022 г.

Рабочая программа дисциплины
ФТД.02 Имиджелогия
(код и название дисциплины по учебному плану)

Направление подготовки
39.03.01 Социология

Направленность (профиль) подготовки
Социологические и маркетинговые исследования

Программа бакалавриата

Квалификация выпускника
бакалавр

Форма обучения
Очная

Год набора 2020

Новокузнецк 2022

Лист внесения изменений

в РПД **ФТД.02 Имиджелогия**

(код по учебному плану, название дисциплины)

Сведения об утверждении:

утверждена Ученым советом факультета информатики, математики и экономики (протокол Ученого совета факультета № 9 от 13.02.2020 г.)

для ОПОП 2020 года набора на 2020 / 2021 учебный год

по направлению подготовки 39.03.01 Социология

(код и название направления подготовки / специальности)

направленность (профиль) Социологические и маркетинговые исследования

Одобрена на заседании методической комиссии факультета информатики, математики и экономики

(протокол методической комиссии факультета № 6 от 06.02.2020 г.)

Одобрена на заседании обеспечивающей кафедры экономики и управления

(протокол № 5 от 23.01.2020 г.)

Оглавление

1 Цель дисциплины 4
1.1 Формируемые компетенции 4
1.2 Дескрипторные характеристики компетенций 4
1.3 Знания, умения, навыки (ЗУВ) по дисциплине 4
2. Объём и трудоёмкость дисциплины по видам учебных занятий. Формы промежуточной аттестации 5
3. Учебно-тематический план и содержание дисциплины 6
3.1 Учебно-тематический план 6
3.2 Содержание занятий по видам учебной работы 6
4 Порядок оценивания успеваемости и сформированности компетенций обучающегося в текущей и промежуточной аттестации 8
5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины. 9
5.1 Учебная литература 9
5.2 Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины 9
5.3 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы 10
6 Иные сведения и (или) материалы. 10
6.1.Примерные темы и варианты письменных учебных работ 10

1 Цель дисциплины

В результате освоения данной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы компетенции основной профессиональной образовательной программы бакалавриата (далее - ОПОП): ПК-1.

Содержание компетенций как планируемых результатов обучения по дисциплине см. таблицы 1 и 2.

1.1 Формируемые компетенции

Таблица 1 - Формируемые дисциплиной компетенции

Наименование вида компетенции	Наименование категории (группы) компетенций	Код и название компетенции
Профессиональная	Комплекс маркетинга	ПК-1 Способен провести социологическое и маркетинговое исследование на основе применения инструментов комплекса маркетинга

1.2 Дескрипторные характеристики компетенций

Таблица 2 – Дескрипторные характеристики компетенций, формируемых дисциплиной

Код и название компетенции	Дескрипторные характеристики компетенции по ОПОП	Дисциплины и практики, формирующие компетенцию по ОПОП
ПК-1 Способен провести социологическое и маркетинговое исследование на основе применения инструментов комплекса маркетинга	ПК-1.1. Обосновывает методологические подходы к проведению маркетингового исследования. ПК-1.2 Проводит маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга. ПК-1.3 Использует данные маркетинговых исследований в осуществлении маркетинговых коммуникаций. ПК-1.4 Разрабатывает предложения по осуществлению маркетинговых коммуникаций.	Экономическая теория. Маркетинг. Маркетинговые коммуникации. Маркетинговые исследования. Управление маркетингом. Интернет-маркетинг. Копирайтинг. Исследование потребителей. Социология потребления. Учебная практика. Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы) Проектно-технологическая практика. Профильная практика. Выпускная квалификационная работа.

1.3 Знания, умения, навыки (ЗУВ) по дисциплине

Таблица 3 – Знания, умения, навыки, формируемые дисциплиной

Код и название компетенции	Индикаторы достижения компетенции, закрепленные за дисциплиной	Знания, умения, навыки (ЗУВ), формируемые дисциплиной
ПК-1 Способен провести социологическое и маркетинговое исследование на основе	ПК-1.3 Использует данные маркетинговых исследований в осуществлении маркетинговых коммуникаций.	**Знать:** Основные понятия и технологии формирования имиджа. Основные имиджевые модели, стратегии, принципы, функции имиджелогии. **Уметь:**

Код и название компетенции	Индикаторы достижения компетенции, закрепленные за дисциплиной	Знания, умения, навыки (ЗУВ), формируемые дисциплиной
применения инструментов комплекса маркетинга		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.

2. Объём и трудоёмкость дисциплины по видам учебных занятий. Формы промежуточной аттестации

Таблица 4 – Объем и трудоемкость дисциплины по видам учебных занятий

Общая трудоемкость и виды учебной работы по дисциплине, проводимые в разных формах	Объём часов по формам обучения	
	ОФО	ЗФО/ ОЗФО
1 Общая трудоемкость дисциплины	**72**	
2 Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)	30	
Аудиторная работа (всего):	30	
в том числе:		
лекции	10	
практические занятия, семинары	20	
практикумы		
лабораторные работы		
в интерактивной форме	10	
в электронной форме		
Внеаудиторная работа (всего):	42	
в том числе, индивидуальная работа обучающихся с преподавателем		
подготовка курсовой работы /контактная работа		
групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие групповую или индивидуальную работу обучающихся с преподавателем*)*		
творческая работа (эссе)		
3 Самостоятельная работа обучающихся (всего)	42	
4 Промежуточная аттестация обучающегося 6 семестр - **зачет**		

3. Учебно-тематический план и содержание дисциплины

3.1 Учебно-тематический план

Таблица 5 - Учебно-тематический план

№ недели п/п	Разделы и темы дисциплины по занятиям	Общая трудоёмкость *(всего час.)*	Трудоемкость занятий (час.)						Формы текущего контроля и промежуточной аттестации успеваемости
			ОФО			ЗФО /ОЗФО			
			Аудиторн. занятия		СРС	Аудиторн. занятия		СРС	
			лекц.	практ.		лекц.	практ.		
1	Введение в имиджелогию. Имидж как социально-психологический феномен	12	2	4	6				Дискуссия
2	Управленческая имиджелогия: цели, задачи	12	2	4	6				Доклады, дискуссия
3	Основные принципы и подходы в создании и преобразовании имиджей. Инструментарий имиджелогии	12	2	4	6				Доклады, дискуссия
4	Искусство самопрезентации	10		4	6				Реферат, тесты
5	Имидж организации	10	2	2	6				
6	Имидж руководителя	10	2	2	6				
7	Промежуточная аттестация								зачет
	Всего:	**72**	**10**	**20**	**42**				

3.2 Содержание занятий по видам учебной работы

Таблица 6 – Содержание дисциплины

№	Наименование раздела, тем дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1	Введение в имиджелогию. Имидж как социально-психологический феномен	Истоки зарождения и предпосылки развития имиджелогии как теории и практики создания имиджей. Место имиджелогии в системе научных знаний. Прикладное назначение имиджелогии. Тенденции и перспективы развития имиджелогии 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.
2	Управленческая имиджелогия: цели, задачи	Имиджевая компетентность. Значение имиджелогического образования в современном управлении.
3	Основные принципы и подходы в создании и преобразовании имиджей. Инструментарий	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

№	Наименование раздела, тем дисциплины	Содержание раздела дисциплины
	имиджелогии	как публичного или внешнего «Я». Условия и факторы эффективного имиджирования. Алгоритм формирования и преобразования имиджа: объективные и субъективные условия продуктивности.
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.
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.
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.
	Содержание практических занятий	
	Имидж как социально-психологический феномен	Дискуссия. Значение имиджелогического образования в современном управлении.
1	Управленческая имиджелогия: цели, задачи	Доклады, дискуссия. Идейно-теоретические предпосылки социально-психологической концепции имиджа как феномена интерсубъективного взаимодействия. Понятие эффективного делового имиджа.
2	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.
3	Диагностика личности по одежде.	Кейсы, отчеты. Функции языка одежды. Кинетика в самопрезентации. Искусство жеста. Вербальная самопрезентация. Техники речевого воздействия. Способы заочной самопрезентации. Персональное резюме.
4	Имиджмейкинг: инструментарий	Кейсы, отчет-презентация. Понятие архетипа. Роль мифа в создании имиджа.

№	Наименование раздела, тем дисциплины	Содержание раздела дисциплины
	и технологии	Мифологизация. Знаки и символы. Позиционирование: трансформация, утрировка, перевод. Формат, вербализация и детализация. Введение моделей восприятия и введение знаков. Модели визуальной коммуникации. Перфоманс.
5	Методы совершенствовании имиджа руководителя.	Профессионально-личностные характеристики, обусловливающие эффективный имидж руководителя. Структура имиджа руководителя.

4 Порядок оценивания успеваемости и сформированности компетенций обучающегося в текущей и промежуточной аттестации

Для положительной оценки по результатам освоения дисциплины обучающемуся необходимо выполнить все установленные виды учебной работы. Оценка результатов работы обучающегося в баллах (по видам) приведена в таблице 7.

Таблица 7 - Балльно-рейтинговая оценка результатов учебной работы обучающихся по видам (БРС)

Учебная работа (виды)	Сумма баллов	Виды и результаты учебной работы	Оценка в аттестации	Баллы
Текущая учебная работа ОФО				
ОФО Текущая учебная работа в семестре (посещение занятий по расписанию и выполнение заданий)	**80** (100% /баллов приведенной шкалы)	Лекционные занятия (10 занятий)	**1 балл** посещение 1 лекционного занятия	1 - 10
		Практические занятия (20 занятия).	**2 балл** - посещение 1 практического занятия и выполнение работы на 51-65% **3 балла** – посещение 1 занятия и существенный вклад на занятии в работу всей группы, самостоятельность и выполнение работы на 85,1-100%	20- 30
		Итоговый тест	**18 баллов** (51 - 65% правильных ответов) **22 балла** (66 - 84% правильных ответов) **36 баллов** (85 - 100% правильных ответов)	18-51
			Итого по текущей работе в семестре	51 - 100

Итоговая оценка выставляется в ведомость согласно следующему правилу, изложенному в таблице 8.

Таблица 8 - Шкала и критерии оценивания результатов

Продвинутый уровень (отлично / 86 – 100 баллов)	Повышенный уровень (хорошо / 66 – 85 баллов)	Пороговый уровень (удовлетворительно/ 51 – 65 баллов)	Первый уровень (неудовлетворительно / 0-50 баллов)
Обучающийся в полной мере владеет теоретическими основами дисциплины и научной терминологией, грамотно	Обучающийся владеет теоретическими основами дисциплины и научной терминологией, грамотно излагает материал,	Обучающийся владеет частично теоретическими основами дисциплины и научной терминологией,	Обучающийся не владеет теоретическими основами дисциплины и научной терминологией, демонстрирует

излагает материал, способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, применять теоретические знания для решения практических профессиональных задач. Правильно интерпретирует полученные результаты и делает обоснованные выводы.	способен решать практические профессиональные задачи, но допускает отдельные несущественные ошибки в интерпретации результатов и выводах.	фрагментарно способен решать практические профессиональные задачи, допускает несколько существенных ошибок решениях, может частично интерпретировать полученные результаты, допускает ошибки в выводах.	отрывочные знания, не способен решать практические профессиональные задачи, допускает множественные существенные ошибки в ответах, не умеет интерпретировать результаты и делать выводы.

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины.

5.1 Учебная литература

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.

5.2 Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Учебные занятия проводятся в учебных аудиториях НФИ КемГУ.

Учебная аудитория для проведения:

- занятий лекционного типа;
- занятий семинарского (практического) типа;
- групповых и индивидуальных консультаций;
- текущего контроля и промежуточной аттестации.

Специализированная (учебная) мебель: доска меловая, кафедра, столы, стулья.

Оборудование для презентации учебного материала:переносное - ноутбук, экран,

проектор.

Используемое программное обеспечение: MSWindows (MicrosoftImaginePremium 3 year по сублицензионному договору № 1212/КМР от 12.12.2018 г. до 12.12.2021 г.), LibreOffice (свободно распространяемое ПО), FoxitReader (свободно распространяемое ПО), Firefox 14 (свободно распространяемое ПО), Яндекс.Браузер (отечественное свободно распространяемое ПО).

Интернет с обеспечением доступа в ЭИОС.

5.3 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Перечень СПБД и ИСС по дисциплине:

Интегрированные маркетинговые коммуникации: сайт. – Москва, 2010. – URL: www.ime-link.ru (дата обращения: 03.09.2020). – Текст: электронный.

Официальный сайт Федеральной статистической службы : сайт. – Москва, 2010. – URL: http://www.gks.ru/ (дата обращения: 03.09.2020). – Текст: электронный.

Единый архив экономических и социологических данных : сайт. – Москва, 2010. – URL: http://sophist.hse.ru/data_access.shtml (дата обращения: 03.09.2020). – Текст: электронный.

Универсальная база данных East View (периодика) : сайт. – Москва, 2010. – URL: http://www.ebiblioteka.ru/ (дата обращения: 03.09.2020). – Текст: электронный.

Электронно-библиотечная система "Лань"»: сайт. – URL: http://e.lanbook.com

Договор № 22-ЕП от 05 марта 2020 г., период доступа – с 03.04.2020 г. по 02.04.2021 г., Доступ из локальной сети НФИ КемГУ свободный,неограниченный, с домашних ПК – авторизованный.

Электронно-библиотечная система «Знаниум» : сайт. – URL: www.znanium.com

Договор № 4222 эбс от 10.03.2020, период доступа с 16.03.2020 г. по 15.03.2021 г. Доступ из локальной сети НФИ КемГУ свободный, неограниченный, с домашних ПК – авторизованный.

Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» (базовая часть) : сайт. – URL: http://biblioclub.ru. Контракт № 185-12/19 от 14.02.2020 г., период доступа с 15.02.2020 г. до 14.02.2021 г. Доступ из локальной сети НФИ КемГУ свободный, неограниченный, с домашних ПК – авторизованный.

Электронно-библиотечная система «Юрайт» : сайт. – URL: www.biblio-online.ru.

Договор № 01-ЕП/44 от 14.02.2020 г., период доступа с 17.02.2020 г. до 16.02.2021 г. Доступ из локальной сети НФИ КемГУ свободный, с домашних ПК – авторизованный.

Электронная полнотекстовая база данных периодических изданий по общественным и гуманитарным наукам ООО «ИВИС» : сайт. – URL: https://dlib.eastview.com.

Договор № 223-П от 05.12.2019 г., период подписки с 01.01.2020 г. по 31.12.2020 г., доступ предоставляется из локальной сети НФИ КемГУ.

Научная электронная библиотека : сайт. – URL: http://elibrary.ru.

Доступ к отдельным периодическим изданиям. Договор № SU-19-12/2019-2 от 24.12.2019 г. период подписки с 01.01.2020 г. по 31.12.2020 г. Доступ авторизованный.

Межвузовская электронная библиотека (МЭБ) : сайт. – URL: https://icdlib.nspu.ru

НФИ КемГУ является участником и пользователем МЭБ. Договор о присоединении к МЭБ от 15.10.2013 г, доп. соглашение от 01.04.2014 г. (договор бессрочный). Доступ из локальной сети НФИ КемГУ свободный, с домашних ПК – авторизованный.

6 Иные сведения и (или) материалы.

6.1.Примерные темы и варианты письменных учебных работ

Примерные темы рефератов:

1 Становление и развитие имеджелогии – зарубежный опыт и российская действительность.

2. Психологические аспекты имиджа.
3.Имидж делового человека.
4. Социальные стериотипы.
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.

6.2. Примерные вопросы и задания для промежуточной аттестации

Примерный перечень вопросов к зачету:

1. Истоки зарождения, предпосылки развития и теоретико-прикладное назначение имиджелогии.
2. Тенденции и перспективы развития имиджелогии в России.
3. Место имиджелогии в современном государственном управлении, менеджменте и предпринимательстве.
4. Имиджелогия 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.

Составитель Демчук Н.В., канд.социол.наук, доцент

(и): _____
(*фамилия, инициалы и должность преподавателя (ей)*)