

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Социальный факультет

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ИМИДЖЕЛОГИЯ

Кафедра социальных и информационных технологий

Образовательная программа: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Наименование направленности (профиля), специализации программы: связи с общественностью и коммуникативные технологии

Уровень высшего образования: бакалавриат

Форма обучения: заочная

Статус дисциплины: входит в часть ОПОП, формируемую участниками образовательных отношений

Рабочая программа дисциплины «Имиджелогия» составлена в 2021 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. N 512.

Разработчик: Омарова К.А., доцент кафедры социальных и информационных технологий социального факультета.

Рабочая программа дисциплины одобрена:
на заседании кафедры социальных и информационных технологий от «_1_»
июля_____2021 г., протокол №_7_

Зав. кафедрой _____ Айгубов С.З.
(подпись)

на заседании Методической комиссии социального факультета от «_31_»
_____августа_____2021 г., протокол №_1_.

Председатель _____ Абдусаламова Р.А.
(подпись)

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим управлением «_04_» _____ 2021 г. _____
(подпись)

Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Имиджелогия» относится к дисциплинам ОПОП, формируемую участниками образовательных отношений по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль – Реклама и связи с общественностью в сфере профессиональных коммуникаций.

Дисциплина реализуется на социальном факультете ДГУ кафедрой социальных и информационных технологий.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: УК-5; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-7; ПК-3; ПК-6

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение таких видов текущего контроля успеваемости как фронтальный опрос, обсуждение реферата, групповое тестирование по кейс-заданиям, диспут, работа в мастер-классах экспертов и специалистов, контрольная работа и пр.; рубежного контроля в форме письменной контрольной работы, устного опроса, тестирования, коллоквиума; промежуточного контроля в форме зачета.

Дисциплина изучается в 5 семестре. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

Семестр	Учебные занятия			СРС	Контроль	Форма промежуточной аттестации
	в том числе					
	Контактная работа обучающихся с преподавателем					
	Всего	из них				
Лекции		Практические занятия				
5	108	6	8	90	4	зачет

1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Имиджелогия» является научное обоснование и формирование у студентов понимания причин генезиса и развития науки имиджелогии в различных аспектах проявления, общих представлений о сущности профессионального имиджа, его теоретической и практической значимости и роли для достижения организационных целей, реализации личных целей и целей профессиональной карьеры, принципах и способах создания привлекательного профессионального имиджа, управления им для более успешного осуществления профессиональной деятельности, а так же искусство овладения техниками профессионального имиджа работников, профессиональная успешность.

Достижение данных целей предполагает решение следующих *задач*:

- формирование у студентов представления об имиджеологии;
- развитие компетенций, предполагающих овладение способами создания и управления профессиональным имиджем, а так же овладение навыками применения привлекательного профессионального имиджа;
- формирование и совершенствование умения качественно анализировать и оценивать свои профессиональные действия;
- использование специфики имиджелогии как науки и искусства нравиться людям для успешного построения моделей профессионального имиджа в профессии, бизнесе и личной жизни.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина «Имиджелогия» входит в часть ОПОП, формируемую участниками образовательных отношений по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль – Реклама и связи с общественностью в сфере профессиональных коммуникаций. Дисциплина изучается в 8 семестре по заочной форме. Изучение данного курса тесно связано с такими дисциплинами как «Теория и практика рекламы», «Технология социальной рекламы».

Набор входящих знаний и умений, состоящий в понимании основных философских понятий и методов, закономерностей общественно-политического и экономического развития, экономических методов, обеспечивают требуемый знаниевый фундамент для изучения современных концепций анализа рынка и формирования эффективных моделей управления организацией в постоянно меняющемся окружении на основе полученных в ходе проведенных исследований данных.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения)

Код и наименование компетенции из ФГОС ВО	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Планируемые результаты обучения	Процедура освоения
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1 Выбирает и использует необходимую для межкультурного взаимодействия информацию об особенностях отдельных этнических, религиозных, социальных групп	Знает: способы выбора и использования необходимой для межкультурного взаимодействия информацию об особенностях отдельных этнических, религиозных, социальных групп. Умеет: выбирать и использовать необходимую для межкультурного взаимодействия информацию об особенностях отдельных этнических, религиозных, социальных групп. Владеет: навыками выбора и использования необходимой для межкультурного взаимодействия информацию об особенностях отдельных этнических, религиозных, социальных групп.	Устный опрос, письменная работа
	УК-5.2 Выстраивает межкультурный диалог с учетом правил межкультурного взаимодействия	Знает: технологии выстраивания межкультурного диалога с учетом правил межкультурного взаимодействия. Умеет: выстраивать межкультурный диалог с учетом правил межкультурного взаимодействия. Владеет: методами выстраивания межкультурного диалога с учетом правил межкультурного взаимодействия.	Устный опрос, письменная работа

	УК-5.3 Оценивает эффективность процесса межкультурного взаимодействия	<p>Знает: формы и методы оценивания эффективности процесса межкультурного взаимодействия.</p> <p>Умеет: оценивать эффективность процесса межкультурного взаимодействия</p> <p>Владеет: способами оценивания эффективности процесса межкультурного взаимодействия</p>	Устный опрос, письменная работа
	УК-5.4 Осуществляет анализ и рефлексию собственной деятельности и поведения в процессе межкультурного взаимодействия	<p>Знает: методы осуществления анализа и рефлексии собственной деятельности и поведения в процессе межкультурного взаимодействия.</p> <p>Умеет: осуществлять анализ и рефлексию собственной деятельности и поведения в процессе межкультурного взаимодействия.</p> <p>Владеет: навыками анализа и рефлексии собственной деятельности и поведения в процессе межкультурного взаимодействия</p>	Устный опрос, письменная работа
<p>ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиа-продуктах, (или) коммуникационных продуктах.</p>	<p>ОПК 2.1. - Анализирует, объясняет и прогнозирует тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.</p>	<p>Знает: закономерности анализа, описания и прогнозирования Социальных явлений и процессов на основе научных теорий, концепций, подходов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.</p> <p>Умеет: анализировать, объяснять и прогнозировать социальные явления и процессы на основе научных теорий, концепций, подходов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и(или) коммуникационных продуктах.</p>	Устный опрос, письменная работа

		Владеет: методами анализа, описания и прогнозирования социальных явлений и процессов на основе научных теорий, концепций, подходов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	
	ОПК 2.2. - Анализирует и оценивает профессиональную информацию с применением современных способов и методов организации мониторинговых исследований.	Знает: методы анализа и оценивания профессиональной информации с применением современных способов и методов организации мониторинговых исследований. Умеет: анализировать и оценивать профессиональную информацию с применением современных способов и методов организации мониторинговых исследований. Владеет: навыками анализа и оценивания профессиональной информации с применением современных способов и методов организации мониторинговых исследований.	Устный опрос, письменная работа.
	ОПК 2.3. - Вырабатывает пути для разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.	Знает: пути разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах. Умеет: вырабатывать пути разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах. Владеет: технологиями разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.	Устный опрос, письменная работа.
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.	ОПК - 4.1. Осуществляет систематическое взаимодействие различными социальными структурами и институтами	Знает: теоретические основы организации систематического взаимодействия с различными социальными структурами и институтами общества для эффективного решения профессиональных	Устный опрос, письменная работа.

	общества для эффективного решения профессиональных задач.	задач. Умеет: осуществлять систематическое взаимодействие различными социальными структурами и институтами общества для эффективного решения профессиональных задач и. Владеет: знаниями организации систематического взаимодействия с различными социальными структурами и институтами общества.	
	ОПК- 4.2. Использует ресурсы различных организаций и ведомств для решения профессиональных задач.	Знает: ресурсы различных организаций и ведомств для решения профессиональных задач. Умеет: использовать ресурсы различных организаций и ведомств для решения профессиональных задач. Владеет: знаниями ресурсов различных организаций и ведомств для решения профессиональных задач.	Устный опрос, письменная работа.
	ОПК - 4.3. Применяет современные технологии и методы организации внутриведомственного и межведомственного взаимодействия, в том числе технологии удаленной и цифровой коммуникации.	Знает: современные технологии и методы организации внутриведомственного и межведомственного взаимодействия, в том числе технологии удаленной и цифровой коммуникации. Умеет: Применять современные технологии и методы организации внутриведомственного и межведомственного взаимодействия, в том числе технологии удаленной и цифровой коммуникации. Владеет: современными Технологиями и методами организации внутриведомственного и межведомственного взаимодействия, в том числе технологии удаленной и цифровой коммуникации.	Устный опрос, письменная работа.
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной	ОПК-7.1. Разбирается в корпоративных принципах социальной ответственности, ти-	Знает: закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее	реферат

деятельности, следуя принципам социальной ответственности.	повых эффектах и последствиях профессиональной деятельности.	социальной ответственности. Умеет: различать принципы социальной ответственности. Владеет: технологиями формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности.	
	ОПК-7.2. Осуществляет поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессиональной деятельности.	Знает: приемы сбора, обработке и распространении информации. Умеет: оценивать корректность творческих приемов сбора, обработки и распространения информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессиональной деятельности. Владеет: навыками использования корректных творческих приемов сбора, обработки и распространения информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессиональной деятельности	Устный опрос
ПК - 3 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК - 3.1. Принимает участие в реализации коммуникационных кампаний	Знает: механизмы реализации коммуникационных проектов и мероприятий. Умеет: использовать различные ресурсы для реализации коммуникационных проектов и мероприятий. Владеет: технологиями реализации коммуникационных проектов и мероприятий	Презентация проекта.
	ПК - 3.2. Участвует в реализации коммуникационных проектов и мероприятий	Знает: механизмы реализации коммуникационных кампаний. Умеет: использовать различные ресурсы для реализации коммуникационных кампаний. Владеет: технологиями реализации коммуникационных кампаний	Устный опрос, письменная работа

ПК-6. Владеет коммуникативными, маркетинговыми технологиями, интегрированными маркетинговыми технологиями, технологиями бренд-менеджмента и event-менеджмента	ПК - 6.1. Владеет коммуникативными и маркетинговыми технологиями	Знает: коммуникативные и маркетинговые технологии. Умеет: работать с коммуникативными и маркетинговыми технологиями. Владеет: навыками работы с коммуникативными и маркетинговыми технологиями.	Устный опрос, письменная работа
	ПК - 6.2. Владеет интегрированными маркетинговыми технологиями	Знает: содержание и структуру интегрированных маркетинговых технологий. Умеет: работать с интегрированными маркетинговыми технологиями. Владеет: навыками работы с интегрированными маркетинговыми технологиями.	Реферат
	ПК - 6.3. Владеет технологиями бренд-менеджмента и event-менеджмента	Знает: технологии бренд-менеджмента и event-менеджмента. Умеет: работать с технологиями бренд-менеджмента и event-менеджмента. Владеет: навыками работы с технологиями бренд-менеджмента и event-менеджмента.	Устный опрос, письменная работа

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Дисциплина изучается в 5 семестре. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

4.2. Структура дисциплины

Заочная форма

№ п / п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Самост. работа	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	контроль		
Модуль 1. Теоретические основы имиджологии								
1	Тема 1. Имидж: понятие, задачи, имиджология как наука	5	1-2	1	1		6	Формы текущего контроля: устные опросы, деловые игры, тестирование Форма промежуточной аттестации: контрольная работа
2	Тема 2. Типологии имиджа	5	3-4	1	1		26	
Итого по модулю 1:		5	1-4	2	2		32	36
Модуль 2. Моделирование имиджа								
1	Тема 3. Различные стратегии построения имиджа	5	5-7	1	1		9	Формы текущего контроля: устные опросы, деловые игры, мастер-классы Форма промежуточной аттестации: контрольная работа
2	Тема 4. Технологии имиджирования	5	8-11	1	2		20	
Итого по модулю 2:		5	5-11	2	3	2	29	36
Модуль 3. Особенности формирования имиджа различных объектов								
	Тема 5. Персональный имидж	5	12-13	1	2		16	Формы текущего контроля: устные опросы, деловые игры, мастер-классы Форма промежуточной аттестации: контрольная работа
	Тема 6. Корпоративный имидж		14-16	1	1		13	
Итого по модулю 3:		5	12-17	2	3	2	29	36
ИТОГО:		5	1-17	6	8	4	90	108

4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Темы лекционных занятий

Модуль 1. Теоретические основы имиджологии

Тема 1. Имидж: понятие, задачи, имиджология как наука.

Понятие имиджа. Возникновение имиджологии как науки. Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа. Психологические предпосылки возникновения имиджа. Коммуникативная модель формирования имиджа (имидж как символическое взаимодействие). Тройственное понимание субъекта имиджа: субъект воспринимающий (аудитория), субъект транслирующий (прообраз) и субъект формирующий (имиджмейкер). Формирование имиджа как субъект-субъектное взаимодействие. Формирование имиджа как создание социальной реальности в сознании людей. Когнитивные процессы в основе формирования имиджа. Социальные стереотипы и установки. Значение и личностный смысл. Семиотические процессы формирования имиджа. Психологическая структура и типология имиджа. Профессиональная имиджология и ее роль в бизнесе и личной жизни.

Тема 2. Типологии имиджа.

Компоненты имиджа. Когнитивный, аффективный и поведенческий компоненты имиджа. Сознательный и бессознательный уровни функционирования имиджа. Функциональные и психологические преимущества объекта. Ключевые имиджевые характеристики объекта. Личность как реципиент имиджа. Малая, средняя и большая социальные группы как аудитория имиджа. Массовая аудитория имиджа. Виды объектов имиджа: личность и организация. Виды имиджа. Профессиональный имидж (имидж специалиста по управлению персоналом). Типологии по области применения: бизнес, управление организацией.

Модуль 2. Моделирование имиджа

Тема 3. Различные стратегии построения имиджа.

Стратегии и тактики построения профессионального имиджа. Этапы имиджевой кампании: «оценка аудитории», «изучение объекта», «коррекция характеристик объекта», «планирование», символизация», «презентация имиджа». Стратегия построения имиджа. Плюсы и минусы наличия стратегии. SWOT-анализ и его этапы. Особенности SO, ST, WO и WT-стратегий.

Тема 4. Технологии имиджирования.

Тактики работы с имиджем. Четыре задачи связей с общественностью (И. Викентьев): позиционирование, возвышение имиджа, «снижение» имиджа, возвышение «уроненного» имиджа (контрреклама или контрпропаганда). Позиционирование: отбор, утрировка, перевод, вербализация, эмоционализация, мифологизация. Контрреклама: прямое опровержение, не прямое опровержение, отвлечение внимания, молчание, предупреждение.

Создание благоприятных ситуаций, менеджмент акций. Привлекающие и отвлекающие внимание ситуации. Создание благоприятных контекстов: изменение понимания реципиентом событий, явлений и персон путем изменения их взаимосвязи. Коррекция профессионального имиджа.

Модуль 3. Особенности формирования имиджа различных объектов

Тема 5. Персональный имидж.

Формирование профессионального имиджа HR – специалиста. Внешняя и внутренняя мотивация по созданию имиджа. Оригинальный и наведенный виды имиджа. Имидж, ориентированный на самоощущение, и имидж, ориентированный на восприятие. Я-концепция и Я-образ. Взаимоотношения имиджа, Я-реального, Я-идеального и Образа Я у других. Механизмы каузальной атрибуции. Тело, лицо, поведение человека как объект его имиджа. Закономерности зрительного восприятия лица и фигуры человека. Психологическая характеристика стилей одежды. Совершенствование рефлексивноперцептивных способностей. Развитие способностей по диагностике и экспрессии эмоционального состояния. Самопрезентация. Факторы восприятия личности в общественном сознании. Критерии эффективности индивидуального имиджа. Навыки высокоэффективных людей (по Стивену Кови). Формирование имиджа специалиста по управлению персоналом: компоненты, основные профессиональные составляющие, соответствие современным требованиям профстандарта к данной профессии.

Тема 6. Корпоративный имидж.

Профессиональный имидж руководителя. Функции и целевые аудитории. Имиджевая коммуникация: причины и поводы. Структура имиджа организации (В. Королько). Четыре компонента имиджа организации (К. Шенфельд). Инструменты формирования имиджа. Реальный, «зеркальный» и идеальный имидж. Коррекция имиджа как процесс. «Имиджевые» вопросы (Г. Левинсон и А.Ю. Смирнов). Организация как дом (А.И. Чумиков). Образ руководителя как часть корпоративного имиджа. Функции имиджа руководителя: мотивирующая и нормативная функции, функции представительства и позиционирования организации во внешней среде. Почтение по отношению к авторитетам в социальном контексте, имидж «авторитетного человека». Структура и компоненты имиджа руководителя. Модель внутреннего пространства личности. «Окно Джогарри»: открытая, «слепая», скрытая и неведомая зоны. Инструменты коррекции имиджа руководителя. Средства интернета для формирования имиджа. Технические средства самопрезентации: сайт, блог, подкастинг, соцсети.

Темы практических занятий

Модуль 1. Теоретические основы имиджологии

Тема 1. Имидж: понятие, задачи, имиджология как наука.

Вопросы для самоподготовки:

1. Понятие имиджа.
2. История развития имиджологии.
3. Имидж и миф.
4. Цели и задачи имиджологии на современном этапе развития общества.
5. Имиджология и связи с общественностью.

Литература

1. Горчакова В.Г. Имиджология. Теория и практика [Электронный ресурс]: Учебное пособие для студентов вузов/ Горчакова В.Г.- Электрон. текстовые данные.- М.: ЮНИТИ- ДАНА, 2015.- 335 с.- Режим доступа: <http://www.bibliocomplector.m/book/?id=52471>
2. Ушакова Н.В. Имиджология (3-е издание) [Электронный ресурс]: Учебное пособие для бакалавров/ Ушакова Н.В., Стрижова А.Ф.- Электрон. текстовые данные.- М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017.- 264 с.- Режим доступа: <http://www.bibliocomplector.ru/book/?id=57073>
3. Лейкова М.В. Персональная эффективность. - Москва: Издательский дом МИСиС 2015 г.- 54 с. - Электронное издание. - ISBN 978-5-87623-861-0. Режим доступа: http://ibooks.ru/readmg.php?productid=353664&search_strmg=%D1%

Тема 2. Типологии имиджа.

Вопросы для самоподготовки:

1. Различные типы имиджа.
2. Структура имиджа.
3. Понятие стереотипа

Литература

1. Горчакова В.Г. Имиджология. Теория и практика [Электронный ресурс]: Учебное пособие для студентов вузов/ Горчакова В.Г.- Электрон. текстовые данные.- М.: ЮНИТИ- ДАНА, 2015.- 335 с.- Режим доступа: <http://www.bibliocomplector.m/book/?id=52471>
2. Ушакова Н.В. Имиджология (3-е издание) [Электронный ресурс]: Учебное пособие для бакалавров/ Ушакова Н.В., Стрижова А.Ф.- Электрон. текстовые данные.- М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017.- 264 с.- Режим доступа: <http://www.bibliocomplector.ru/book/?id=57073>
3. Лейкова М.В. Персональная эффективность. - Москва: Издательский дом МИСиС 2015 г.- 54 с. - Электронное издание. - ISBN 978-5-87623-861-0. Режим доступа: http://ibooks.ru/readmg.php?productid=353664&search_strmg=%D1%

Модуль 2. Моделирование имиджа

Тема 3. Различные стратегии построения имиджа.

Вопросы для самоподготовки:

1. Анализ эффективности предлагаемых стратегий имиджа с использованием различных методик исследования.
2. Преимущества и недостатки стратегий построения имиджа.

Литература

1. Горчакова В.Г. Имиджелогия. Теория и практика [Электронный ресурс]: Учебное пособие - бие для студентов вузов/ Горчакова В.Г.- Электрон. текстовые данные.- М.: ЮНИТИ- ДАНА, 2015.- 335 с.- Режим доступа: <http://www.bibHocomplectator.m/book/?id=52471>
2. Ушакова Н.В. Имиджелогия (3-е издание) [Электронный ресурс]: Учебное пособие для бакалавров/ Ушакова Н.В., Стрижова А.Ф.- Электрон. текстовые данные.- М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017.- 264 с.- Режим доступа: <http://www.bibHocomplectator.ru/book/?id=57073>
3. Лейкова М.В. Персональная эффективность. - Москва: Издательский дом МИСиС 2015 г.- 54 с. - Электронное издание. - ISBN 978-5-87623-861-0. Режим доступа: http://ibooks.ru/readmg.php?productid=353664&search_strmg=%D1%

Тема 4. Технологии имиджирования.

Вопросы для самоподготовки:

1. Позиционирование
2. Контрреклама
3. Создание благоприятных контекстов
4. Коррекция профессионального имиджа

Литература

1. Горчакова В.Г. Имиджелогия. Теория и практика [Электронный ресурс]: Учебное пособие - бие для студентов вузов/ Горчакова В.Г.- Электрон. текстовые данные.- М.: ЮНИТИ- ДАНА, 2015.- 335 с.- Режим доступа: <http://www.bibHocomplectator.m/book/?id=52471>
2. Ушакова Н.В. Имиджелогия (3-е издание) [Электронный ресурс]: Учебное пособие для бакалавров/ Ушакова Н.В., Стрижова А.Ф.- Электрон. текстовые данные.- М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017.- 264 с.- Режим доступа: <http://www.bibHocomplectator.ru/book/?id=57073>
3. Лейкова М.В. Персональная эффективность. - Москва: Издательский дом МИСиС 2015 г.- 54 с. - Электронное издание. - ISBN 978-5-87623-861-0. Режим доступа: http://ibooks.ru/readmg.php?productid=353664&search_strmg=%D1%

Модуль 3. Особенности формирования имиджа различных объектов

Тема 5. Персональный имидж.

Вопросы для самоподготовки:

1. Анализ персонального имиджа различных объектов с точки зрения применения различных технологий имиджирования

2. Обсуждение персонального имиджа идеального специалиста по связям с общественностью. Обсуждение проблемы габитарного имиджа молодого специалиста

Литература

1. Горчакова В.Г. Имиджелогия. Теория и практика [Электронный ресурс]: Учебное посо - бие для студентов вузов/ Горчакова В.Г.- Электрон. текстовые данные.- М.: ЮНИТИ- ДАНА, 2015.- 335 с.- Режим доступа: <http://www.bibHocomplectator.m/book/?id=52471>
2. Ушакова Н.В. Имиджелогия (3-е издание) [Электронный ресурс]: Учебное пособие для бакалавров/ Ушакова Н.В., Стрижова А.Ф.- Электрон. текстовые данные.- М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017.- 264 с.- Режим доступа: <http://www.bibHocomplectator.ru/book/?id=57073>
3. Лейкова М.В. Персональная эффективность. - Москва: Издательский дом МИСиС 2015 г.- 54 с. - Электронное издание. - ISBN 978-5-87623-861-0. Режим доступа: http://ibooks.ru/readmg.php?productid=353664&search_strmg=%D1%

Тема 6. Корпоративный имидж.

Вопросы для самоподготовки:

1. Практика делового этика в различных ситуациях (кейсах)
2. Обсуждение имиджа известных политиков (на региональном, национальном и международном уровнях). Моделирование имиджа политика на основании заданных условий.
3. Анализ публичного имиджа различных государств. Обсуждение имиджа России на международной арене.
4. Анализ корпоративных имиджей известных предприятий и организаций.

Литература

1. Горчакова В.Г. Имиджелогия. Теория и практика [Электронный ресурс]: Учебное посо - бие для студентов вузов/ Горчакова В.Г.- Электрон. текстовые данные.- М.: ЮНИТИ- ДАНА, 2015.- 335 с.- Режим доступа: <http://www.bibHocomplectator.m/book/?id=52471>
2. Ушакова Н.В. Имиджелогия (3-е издание) [Электронный ресурс]: Учебное пособие для бакалавров/ Ушакова Н.В., Стрижова А.Ф.- Электрон. текстовые данные.- М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017.- 264 с.- Режим доступа: <http://www.bibHocomplectator.ru/book/?id=57073>
3. Лейкова М.В. Персональная эффективность. - Москва: Издательский дом МИСиС 2015 г.- 54 с. - Электронное издание. - ISBN 978-5-87623-861-0. Режим доступа: http://ibooks.ru/readmg.php?productid=353664&search_strmg=%D1%

5. Образовательные технологии

Для наиболее эффективного освоения курса «Имиджелогия» в преподавании применяется комплекс приемов и методов, позволяющих сформировать у обучающихся целостное представление о деловой коммуникации в социуме, в частности и в социальной сфере.

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки бакалавров 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и реализации компетентностного подхода в учебном процессе предусматривается широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

В частности, при изучении дисциплины предусмотрено применение следующих образовательных технологий:

– *Лекция-беседа*, являющаяся наиболее распространенной и сравнительно простой формой активного вовлечения студентов в учебный процесс. Эта лекция предполагает

непосредственный контакт преподавателя с аудиторией. Преимущество лекции-беседы состоит в том, что она позволяет привлекать внимание студентов к наиболее важным.

вопросам темы, определять содержание и темп изложения учебного материала с учетом особенностей студентов.

– *Проблемная лекция*, определяющим признаком которой является постановка и разрешение учебных проблем с различной степенью приобщения к этому слушателей. Такое занятие начинается с вопросов, с постановки проблемы, которую необходимо решить в ходе изложения материала.

– *Лекция-визуализация*, во время которой происходит переработка учебной информации по теме лекционного занятия в визуальную форму для представления студентам через технические средства обучения или вручную (схемы, рисунки, чертежи и т.п.).

– *Деловая и/или ролевая игра*, представляющая собой совместную деятельность группы

обучающихся и преподавателя под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.

– *«Круглый стол»*, предполагающий обсуждение вопроса (темы, проблемы) на условиях партнерства небольшой группой студентов (обычно около пяти человек). В процессе обмена мнениями акцентируются позиции, подходы между участниками и с «аудиторией».

– *Презентация* – представление студентом наработанной информации по заданной тематике в виде набора слайдов и спецэффектов, подготовленных в выбранной программе.

- *Творческие задания* – самостоятельная творческая деятельность студента, в которой он реализует свой личностный потенциал, демонстрирует умение грамотно и ясно выражать свои мысли, идеи.
- *Компьютерные технологии* (компьютерный опрос, лекция – презентация, доклады студентов в сопровождении мультимедиа);
- *Диалоговые технологии* (опрос, взаимопрос, дискуссия между студентами, дискуссия преподавателя и студентов);
- Технологии на основе метода *опережающего обучения* и др.

В ходе изучения дисциплины предусматриваются активные и интерактивные формы проведения занятий, в частности, с использованием разнообразных методов организации и осуществления:

- *учебно-познавательной деятельности* (словесные, наглядные и практические методы передачи информации, проблемные лекции и др.);
- *стимулирования и мотивации учебно-познавательной деятельности* (дискуссии, самостоятельные исследования по обозначенной проблематике, публикация статьи и др.);
- *контроля и самоконтроля* (индивидуального и фронтального, устного и письменного опроса, экзамена).

Широко (более 20% аудиторных занятий) используются активные и интерактивные методы проведения занятий:

- дискуссии;
- ролевые, деловые, организационно-управленческие игры, имитирующие те или иные практические ситуации как одно из средств активизации учебного процесса;
- дискуссионные методы (групповая дискуссия, разбор случаев из практики, анализ ситуаций, моделирование практических ситуаций, метод кейсов и др.);

В частности, при проведении семинарских занятий по данной дисциплине используются различные образовательные технологии с использованием широкого спектра технических средств обучения. Для этого используется аудитория №2 и №17, оборудованный мультимедийным комплексом и видеоборудованием.

Наряду с традиционными лекционными и семинарскими занятиями предусмотрено встречи с представителями государственных и общественных организаций, экспертами и специалистами в области изучаемых проблем.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

Самостоятельная работа рассматривается как форма организации обучения, которая способна обеспечивать самостоятельный поиск необходимой информации, творческое восприятие и осмысление учебного материала в ходе аудиторных занятий, разнообразные формы познавательной деятельности студентов на занятиях и во внеаудиторное время, развитие аналитических способностей, навыков контроля и планирования учебного времени, выработку умений и навыков рациональной организации учебного труда. Она является фор-

мой организации образовательного процесса, стимулирующей активность, самостоятельность и познавательный интерес студентов, а также одним из обязательных видов образовательной деятельности, обеспечивающей реализацию требований Федеральных государственных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС).

Самостоятельная работа студента выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя и реализуется непосредственно в процессе аудиторных занятий – на лекциях и семинарских занятиях, а также вне аудитории – в библиотеке, на кафедре, дома и т.д.

Аудиторная самостоятельная работа студента осуществляется на лекционных и семинарских занятиях в форме выполнения различных заданий и научных работ. Внеаудиторная самостоятельная работа студента традиционно включает такие виды деятельности, как *проработка ранее прослушанного лекционного материала, изучение источника, конспектирование программного материала по учебникам, подготовка доклада, выполнение реферата, поиск наглядного материала, выполнение предложенных преподавателем заданий в виртуальной обучающей системе в режиме on-line и т.д.*

Самостоятельная работа студента должна быть ориентирована на поиск и анализ учебного и научного материалов для подготовки к устному выступлению на семинарском занятии и обсуждения заранее заданных и возникающих в ходе занятия вопросов, написания доклада и научной работы.

Эффективность и конечный результат самостоятельной работы студента зависит от умения работать с научной и учебной литературой, источниками и информацией в сети Интернет по указанным адресам.

При изучении дисциплины «Рекламный копирайтинг» используются следующие виды самостоятельной работы студентов:

1. Самостоятельная работа при подготовке к аудиторным занятиям.

1.1. Подготовка к лекции. Краткие конспекты лекций по дисциплине вместе с рабочей программой заранее представлены студентам на электронных носителях и информационной среде факультета. Знакомство с этими материалами позволяет заранее ознакомиться с основными положениями предстоящей лекции и активно задавать конкретные вопросы при ее изложении.

1.2. Подготовка к семинарскому занятию. Она направлена на:

- развитие способности к чтению научной и иной литературы;
- поиск дополнительной информации, позволяющей глубже разобраться в некоторых вопросах;
- выделение при работе с разными источниками необходимой информации, которая требуется для полного ответа на вопросы плана семинарского занятия;
- выработку умения правильно выписывать высказывания авторов из имеющихся источников информации, оформлять их по библиографическим нормам;
- развитие умения осуществлять анализ выбранных источников информации;
- подготовку собственного выступления по обсуждаемым вопросам;

— формирование навыка оперативного реагирования на разные мнения, которые могут возникать при обсуждении тех или иных научных проблем.

1.3. Подготовка к семинару-конференции. В процессе самостоятельной подготовки к нему студенту необходимо изучить 2–3 источника (монографии, статьи), в которых раскрыты теоретические подходы к обсуждаемому вопросу и представлены материалы эмпирических исследований. Выступающий должен быть готов ответить на вопросы всех присутствующих по теме своего доклада. После каждого выступления проводится обсуждение представленных научных воззрений разных исследователей. Готовность к такой аналитической коллективной работе обеспечивается просмотром каждым студентом тех основных работ, которые преподаватель рекомендовал прочитать к семинару-конференции.

1.4. Подготовка к контрольной работе. Контрольная работа назначается после изучения определенного раздела или модулей дисциплины и представляет собой совокупность развернутых письменных ответов студентов на вопросы, которые они заранее получают от преподавателя. Самостоятельная подготовка к контрольной работе включает в себя:

— изучение конспектов лекций, раскрывающих материал, знание которого проверяется контрольной работой;

— повторение учебного материала, полученного при подготовке к семинарским, практическим занятиям и во время их проведения;

— изучение дополнительной литературы, в которой конкретизируется содержание проверяемых знаний;

— составление в мысленной форме ответов на поставленные в контрольной работе вопросы;

— формирование психологической установки на успешное выполнение всех заданий.

1.5. Подготовка к зачету. Должна осуществляться в течение всего семестра и включать следующие действия: студенту следует перечитать все лекции и материалы, которые готовились к семинарским и практическим занятиям в течение семестра; затем надо соотнести эту информацию с вопросами, которые даны к зачету, вновь осмыслить и понять. Если информации недостаточно, ответы находят в предложенной преподавателем литературе. Рекомендуется делать краткие записи с целью формирования в сознании четкой логической схемы ответа на вопрос. Важно сформировать целостное представление о содержании ответа на каждый вопрос, что предполагает знание разных научных трактовок сущности того или иного явления, процесса, умение раскрывать факторы, определяющие их противоречивость, знание имен ученых, изучавших обсуждаемую проблему. Необходимо также привести информацию о материалах эмпирических исследований, что указывает на всестороннюю подготовку студента к зачету.

2. Внеаудиторная самостоятельная работа.

2.1. Написание реферата с целью расширения научного кругозора, овладения методами теоретического исследования, развития самостоятельности мышления студента. Для этого следует:

1) выбрать тему, если она не определена преподавателем;

- 2) определить источники, с которыми придется работать;
- 3) изучить, систематизировать и обработать выбранный материал из источников;
- 4) составить план;
- 5) написать реферат:
 - обосновать актуальность выбранной темы;
 - указать исходные данные реферируемого текста (название, где опубликован, в каком году), сведения об авторе (Ф. И. О., специальность, ученая степень, ученое звание);
 - сформулировать проблематику выбранной темы;
 - привести основные тезисы реферируемого текста и их аргументацию;
 - сделать общий вывод по проблеме, заявленной в реферате.

Планируемые результаты данного вида самостоятельной работы:

- способность студентов к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;
- способность логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь.

2.2. Написание эссе с целью развития навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей.

Для выполнения данного вида самостоятельной работы студентам следует:

- 1) написать вступление (2-3 предложения, которые служат для последующей формулировки проблемы);
- 2) сформулировать проблему, которая должна быть важна не только для автора, но и для других;
- 3) дать комментарии к проблеме;
- 4) сформулировать авторское мнение и привести аргументацию;
- 5) написать заключение (вывод, обобщение сказанного).

Планируемые результаты самостоятельной работы: способность логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь.

2.3. Подготовка доклада с целью расширения научного кругозора, овладения методами теоретического исследования, развития самостоятельности мышления студента.

2.4. Составление глоссария с целью повысить уровень информационный культуры студентов; приобрести новые знания; отработать необходимые навыки в предметной области данного учебного курса.

2.5. Выполнение кейс-задания для формирования умения анализировать в короткие сроки большого объема неупорядоченной информации, принятия решений в условиях недостаточной информации при разборе практических проблемных ситуаций - кейсов, связанных с конкретным событием или последовательностью событий.

2.6. Информационный поиск с целью развития способности к проектированию и преобразованию учебных действий на основе различных видов информационного поиска.

Список современных задач информационного поиска:

- решение вопросов моделирования;
- классификация документов;
- фильтрация, классификация документов;
- проектирование архитектур поисковых систем и пользовательских интерфейсов;
- извлечение информации (аннотирование и реферирование документов);
- выбор информационно-поискового языка запроса в поисковых системах.

2.7. Разработка мультимедийной презентации, целью которой является:

- освоение (закрепление, обобщение, систематизация) учебного материала;
- обеспечение контроля качества знаний;
- формирование специальных компетенций, обеспечивающих возможность работы с информационными технологиями;
- становление общекультурных компетенций.

Основные виды мультимедийной презентации:

- обучающие и тестовые презентации (позволяют знакомить с содержанием учебного материала и контролировать качество его усвоения);
- презентации электронных каталогов (дают возможность распространять большие объемы информации быстро, качественно и эффективно);
- электронные презентации и рекламные ролики (служат для создания имиджа и распространение информации об объекте);
- презентации - визитные карточки (дают представление об авторе работы);
- бытовые презентации (использование в бытовых целях фотографий и видеоизображений в электронном виде).

Мультимедийные презентации по назначению:

- презентация сопровождения образовательного процесса (является источником информации и средством привлечения внимания слушателей);
- презентация учебного или научно-исследовательского проекта (используется для привлечения внимания слушателей к основной идее или концепции развития проекта с точки зрения его возможной эффективности и результативности применения);
- презентация информационной поддержки образовательного процесса (представляет собой обновление банка литературы, контрольных и тестовых заданий, вопросов к итоговой и промежуточной аттестации);
- презентация-отчет (мультимедийное сопровождение отчета в виде нескольких фрагментов, логически связанных между собой в зависимости от структуры отчета).

Темы, виды и содержание самостоятельной работы по дисциплине

Разделы и темы для самостоятельного изучения	Виды и содержание самостоятельной работы	Форма контроля
Модуль 1. Теоретические основы имиджологии		
Имидж: понятие, задачи, имиджология как наука	<p>Проработка учебного материала по конспектам лекций, учебной литературе и учебным пособиям.</p> <p>Составление выводов на основе проведенного анализа. Работа с вопросами для самоконтроля.</p>	Устный опрос
Типологии имиджа	<p>Проработка учебного материала по конспектам лекций, учебной литературе, конспектирование последней, учебным пособиям.</p> <p>Поиск и обзор научных публикаций и электронных источников информации, подготовка заключения по обзору. Составление выводов на основе проведенного анализа.</p>	Устный опрос, тестирование
Модуль 2. Моделирование имиджа		
Различные стратегии построения имиджа	<p>Проработка учебного материала по конспектам лекций, учебной литературе и учебным пособиям.</p> <p>Составление выводов на основе проведенного анализа. Работа с тестами и вопросами для самоконтроля.</p>	Устный опрос, письменный опрос
Технологии имиджирования	<p>Проработка учебного материала по конспектам лекций, учебной литературе и учебным пособиям.</p> <p>Составление выводов на основе проведенного анализа. Работа с тестами и вопросами для самоконтроля.</p>	Устный опрос, презентация

Модуль 3. Особенности формирования имиджа различных объектов		
Персональный имидж	<p>Проработка учебного материала по конспектам лекций, учебной литературе и учебным пособиям.</p> <p>Составление выводов на основе проведенного анализа. Написание рефератов. Работа с тестами и вопросами для самоконтроля</p>	Устный опрос, реферат, презентация
Корпоративный имидж	<p>Проработка учебного материала по конспектам лекций, учебной литературе и учебным пособиям.</p> <p>Составление выводов на основе проведенного анализа. Написание рефератов. Работа с тестами и вопросами для самоконтроля.</p>	мастер-класс

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

7.1. Типовые контрольные задания

Примерная тематика рефератов

1. Основные понятия имиджологии. Имиджмейкинг, имиджбилдинг.
2. Имидж как система и процесс. Формирование имидж-модели. Проблемы практической реализации имидж-модели.
3. Структура имиджа. Структурный подход к формированию имиджа. Типология имиджей.
4. Функции персонального имиджа.
5. Функции имиджа организации.
6. Анализ имиджа конкретного исторического лица (власть, политика, искусство).
7. Генезис деятельности по формированию имиджа. Анализ имиджа социально-исторического типа (фараон, свободный гражданин, монах, рыцарь, буржуа и т.п.).
8. Эстетический аспект имиджа. Специфика эстетического компонента в имиджевом решении.
9. Психологический аспект персонального имиджа. Условия и предпосылки формирования эффективного персонального имиджа.
10. Имидж делового человека. Проблемы формирования и поддержания персонального имиджа в бизнес-среде.

11. Проблема соотношения имиджевых и этикетных требований в бизнес-сфере.
12. Роль корпоративной культуры в формировании имиджа фирмы.
13. Имидж как объект моделирования. Алгоритмы формирования имиджа.
14. Визуальное, вербальное, событийное, контекстное измерения имиджа.
15. Инструментарий имиджелогии. Типология средств создания имиджа. Условия и границы их применения и т.п.
16. Проблема соотношения субъекта и контекста в имиджевом решении.
17. Мифологизация как инструмент формирования имиджа (политика, шоу-бизнес, брендинг).
18. Роль стереотипов в создании и восприятии имиджа.
19. Проблема визуализации имиджа.
20. Роль цвета в создании имиджа.
21. Роль выразительных форм в создании имиджа.
22. Соотношение корпоративной философии и корпоративного имиджа: теоретический и прикладной аспекты.
23. Социальный имидж организации.
24. Бизнес-имидж организации.
25. Образ российского бизнеса: пути становления и проблемы.
26. Имидж политика: теоретические проблемы, методы анализа.
27. Имидж в публичной политике.
28. Роль аудитории (обратной связи с аудиторией) в формировании (управлении) имиджа.
29. Проблемы создания и восприятия имиджа в шоу-бизнесе.
30. Имидж творческого человека: необходимые элементы, стратегии продвижения.
31. Имидж женщины (-политика, бизнес и т.п.).
32. Корпоративный имидж: сущность, функции, структура, стратегия формирования.
33. Корпоративный имидж и репутация.
34. Социальный имидж организации: анализ конкретного примера
35. Имидж города (региона): определение необходимых элементов, закономерности их взаимодействия, соотношение стихийного и рационально-формируемого имиджей.
36. Имидж в науке.
37. Имидж культурно-образовательного учреждения (в рамках программы сотрудничества с музеями области).
38. Имидж общественного (религиозного) движения.
39. Роль имиджа в туристическом бизнесе.
40. Сайт как средство формирования (управления) имиджа.

Задания для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Вопросы к зачету

1. Сущность и атрибуты имиджа
2. Имидж, как социальный стереотип, виды стереотипов
3. Эффекты восприятия в построении имиджа
4. Виды имиджа.
5. Глубинные характеристики имиджа
6. Проблема эффективности имиджа. Роль имиджа в коммуникации
7. Типичные ошибки при формировании профессионального имиджа
8. Использование имиджевых эффектов в управлении впечатлениями
9. Этапы управления профессиональным имиджем
10. Стратегии управления профессиональным имиджем
11. Структура имиджа компании.
12. Имидж как основа личности
13. типы и типология имиджей
14. Особенности коммуникативного взаимодействия. Имиджевые коммуникации
15. Принципы и технологии построения имиджа
16. Взаимосвязь менталитета и имиджа
17. Индивидуальный имидж
18. Профессиональный имидж
19. Средовой имидж и принципы его формирования
20. Габитарный имидж
21. Вербальный имидж и его роль
22. Кинетический имидж
23. Стереотипы и их роль в создании имиджа.
24. Составляющие имиджа специалиста.
25. Структура имиджа и его составляющие
26. Формы и методы создания имиджа специалиста.
27. Имидж и социальный стереотип.
28. Имидж и карьера
29. Визуальная составляющая имиджа
30. Визуальный образ: сущность, принципы формирования позитивного визуального образа и стиля специалиста
31. Аудиальная составляющая имиджа
32. Эффективность имиджирования
33. Оценка эффективности использования имиджирования
34. Функции имиджологии
35. Становление российской школы имиджологии. Объект и предмет имиджологии. Уровни имиджологии
36. Корпоративный имидж.
37. Основные подходы к управлению имиджем. Технология спиндоктора.
38. Субъекты и объекты имиджмейкинга. Функции имиджмейкинга.

39. Базовые принципы для работы с большими социальными группами в процессе имиджирования.
40. Имидж власти с точки зрения социокультурных характеристик целевых групп.
41. Базовые принципы работы над имиджем клиента.
42. Имидж органов государственной власти. Государственная информационная политика.
43. Роль СМИ в создании имиджа государственной власти.
44. Структура имиджа органа государственной власти: образ руководителя, образ госслужащих, социальный имидж, имидж услуг, внешняя атрибутика.
45. Процесс управления корпоративным имиджем.
46. Место PR-действия в эффективных политических имиджевых коммуникациях.
47. Влияние политической рекламы на формирование политических имиджей.
48. Управление конфликтными медиаисточниками.
49. Роль кинесики, фэйсбилдинга и дизайна одежды в технологии самопрезентации.

7.2. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Контроль за ходом учебного процесса и успеваемостью студентов в ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный университет» осуществляется посредством модульно-рейтинговой системы. Учебный рейтинг студента – это показатель успеваемости студента в баллах, это суммарная оценка за его текущую учёбу, уровень посещаемости занятий, научную и творческую деятельность, результаты рубежного (модульная работа) и итогового (зачет) контроля.

Учебный рейтинг студента определяется посредством трёх видов контроля: текущего контроля, рубежного контроля и итогового контроля.

Текущий контроль – это систематическое отслеживание уровня усвоения материала на семинарских занятиях, а также выполнение интерактивных заданий, участие с докладом на студенческих конференциях, подготовка презентации с использованием наглядного материала и т.д.

Рубежный контроль проводится по окончании дисциплинарного модуля (раздела) с целью выявления уровня знаний и компетенций студентов. Рубежный контроль может проводиться в форме письменной контрольной работы, устного опроса, тестирования, коллоквиума и т.д. или сочетания двух или нескольких из этих форм.

Итоговый контроль знаний, умений и компетенций студентов, формируемых дисциплиной «Имиджелогия», проводится в виде экзамена в форме письменной работы, устного опроса или компьютерного тестирования.

Критерии оценки знаний студентов

100 баллов – студент показал глубокие и систематизированные знания учебного материала по теме; глубоко усвоил учебную литературу; хорошо знаком с научной литературой; активно использовал материалы из первоисточников; цитировал различных авторов; принимал активное участие в обсуждении узловых вопросов на всём протяжении семинарского занятия; умеет глубоко и всесторонне анализировать те или иные исторические события; в совершенстве владеет соответствующей терминологией; материал излагает чётко и лингвистически грамотно; отличается способностью давать собственные оценки, делать выводы, проводить параллели и самостоятельно рассуждать.

90 баллов – студент показал полные знания учебно-программного материала по теме; хорошо усвоил учебную литературу; знаком с научной литературой; использовал материалы из первоисточников; цитировал различных авторов; принимал активное участие в обсуждении узловых вопросов; проявил способность к научному анализу материала; хорошо владеет соответствующей терминологией; материал излагается последовательно и логично; отличается способностью давать собственные оценки, делать выводы, рассуждать; показал высокий уровень исполнения заданий, но допускает отдельные неточности общего характера.

80 баллов – студент показал достаточно полное знание учебно-программного материала; усвоил основную литературу, рекомендованную программой; владеет методом комплексного анализа; показал способность аргументировать свою точку зрения с использованием материала из первоисточников; правильно ответил практически на все вопросы преподавателя в рамках обсуждаемой темы; систематически участвовал в групповых обсуждениях; не допускал в ответе существенных неточностей.

70 баллов – студент показал достаточно полное знание учебного материала, не допускал в ответе существенных неточностей, активно работал на семинарском занятии, показал систематический характер знаний по дисциплине, цитирует первоисточники, но не может теоретически обосновать некоторые выводы.

60 баллов – студент обладает хорошими знаниями по всем вопросам темы семинарского занятия, не допускал в ответе существенных неточностей, самостоятельно выполнил основные предусмотренные программой задания, усвоил основную литературу, отличается достаточной активностью на семинарском занятии; умеет делать выводы без существенных ошибок, но при этом не дан анализ информации из первоисточников.

50 баллов – студент усвоил лишь часть программного материала, вместе с тем ответ его стилистически грамотный, умеет логически рассуждать; допустил одну существенную или несколько несущественных ошибок; знает терминологию; умеет делать выводы и проводить некоторые параллели.

40 баллов – студент знает лишь часть программного материала, не отличался активностью на семинарском занятии; усвоил не всю основную литературу, рекомендованную программой; нет систематического и последовательного изложения материала; в ответах допустил достаточное количество несущественных ошибок в определении понятий и категорий, дат и т.п.; умеет делать выводы без существенных ошибок; наличие грамматических и стилистических ошибок и др.

30 баллов – студент имеет недостаточно полный объём знаний в рамках образовательного стандарта; знает лишь отдельные вопросы темы, кроме того допускает серьёзные ошибки и неточности; наличие в ответе стилистических и логических ошибок.

20 баллов – у студента лишь фрагментарные знания или отсутствие знаний по значительной части заданной темы; не знает основную литературу; не принимал участия в обсуждении вопросов по теме семинарского занятия; допускал существенные ошибки при ответе; студент не умеет использовать научную терминологию дисциплины; наличие в ответе стилистических и логических ошибок.

10 балл — отсутствие знаний по теме или отказ от ответа.

Рейтинговые показатели студента определяются следующим образом:

Каждый из трёх видов учебного контроля – текущий, рубежный и итоговый – основаны на 100 бальной системе оценивания уровня усвоения студентами программного материала. В том числе каждый ответ студента на семинарском занятии, независимо от его формы, оценивается по 100 бальной шкале, а при подведении итогов выводится средний рейтинговый балл по текущему контролю.

Например, студент по первому модулю набрал за текущую работу 70 баллов (при максимуме в 100 баллов), а на рубежном контроле 80 баллов (при максимуме в 100 баллов). Тогда средний рейтинговый балл по первому дисциплинарному модулю составит 75 баллов ($70 \times 0,5 + 80 \times 0,5 = 75$ баллов). По второму модулю студент набрал 85 баллов. В таком случае средний балл студента по итогам изучения двух дисциплинарных модулей т.е. промежуточной аттестации (промежуточного контроля) составит 80 баллов ($75 \times 0,5 + 85 \times 0,5 = 80$).

Зачет (итоговый контроль) преследует цель оценить работу студента за курс или семестр, уровень его теоретических знаний, умение анализировать информацию, развитие творческого мышления, приобретение навыков само-

стоятельной работы. Зачет может проводиться в форме компьютерного тестирования, либо по билетам в устной или письменной форме. Ответ студента на экзамене оценивается также по 100 бальной шкале.

Учебный рейтинг студента определяется по сумме промежуточной аттестации (промежуточного контроля) и зачета (итогового контроля)

Шкала диапазона для перевода рейтингового балла по дисциплине с учетом итогового контроля в «5»- бальную систему.

0 – 50 баллов – «неудовлетворительно»;

51 – 65 баллов – «удовлетворительно»;

66 – 85 баллов – «хорошо»;

86 – 100 баллов – «отлично».

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература

1. Горчакова В.Г. Имиджелогия. Теория и практика [Электронный ресурс]: Учебное пособие - бие для студентов вузов/ Горчакова В.Г.- Электрон. текстовые данные.- М.: ЮНИТИ- ДАНА, 2015.- 335 с.- Режим доступа: <http://www.bibHocomplectator.m/book/?id=52471>
2. Ушакова Н.В. Имиджелогия (3-е издание) [Электронный ресурс]: Учебное пособие для бакалавров/ Ушакова Н.В., Стрижова А.Ф.- Электрон. текстовые данные.- М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017.- 264 с.- Режим доступа: <http://www.bibHocomplectator.ru/book/?id=57073>
3. Лейкова М.В. Персональная эффективность. - Москва: Издательский дом МИСиС 2015 г.- 54 с. - Электронное издание. - ISBN 978-5-87623-861-0. Режим доступа: http://ibooks.ru/readmg.php?productid=353664&search_strmg=%D1%
4. Ковальчук, А.С. Основы имиджелогии и делового общения [Текст] : Учебное пособие / А. С. Ковальчук. - МО, 5-е изд. перераб. и доп. - Ростов н/Д: Феникс, 2007. - 282с. - (Высшее образование) - ISBN 978-5-222-12443-7
5. Додонов Н. Антитайм-менеджмент. - Санкт-Петербург: Питер 2015 г.-288 с. - Электронное издание. - ISBN 978-5-4461-0291-4
6. Кошлякова, М. О.Социальное пространство имиджа [Текст] : монография. - М.: ИНФРА- М, 2013. - 152 с. (Научная мысль). - ISBN 978-5-16-006408-6

Дополнительная литература

1. Мартин, Роджер. Мышление в стиле «И». Как мыслят успешные лидеры [Текст] . - Пер. с англ. - М. : Юрайт, 2016. - 229 с.

2. Шарков, Ф.И. Имидж фирмы: технологии управления [Текст] : Учебное пособие / Ф. И. Шарков. - УМО. - М. : Академический Проект, 2006. - 272с. . - (Gaudeamus). - ISBN 5-82910764-3.
3. Кошлякова, М. О. Социальное пространство имиджа [Текст] : монография. - М.: ИНФРА- М, 2013. - 152 с. (Научная мысль). - ISBN 978-5-16-006408-6
4. Этика деловых отношений [Текст] : учебник / Борисов В. К., Панина Е. М., Панов М. И. - МО. - М. : ФОРУМ-ИНФРА-М, 2008. - 176 с. ; (Профессиональное образование).
5. Алехина, И. Имидж и этикет делового человека / И. Алехина. - 2-е изд. - М.: Дело, 2001. - 112 с.

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

В самостоятельной работе студента могут быть использованы кроме основной и дополнительной литературы следующие интернет ресурсы, доступ к которым предоставляет Научная библиотека Дагестанского государственного университета:

<http://elib.dgu.ru/?q=node/876> - Научная библиотека ДГУ

<http://www.book.ru> – Электронная система BOOK.RU

<http://www.iprbookshop.ru> – Электронно-библиотечная система IPRBOOKSHOP

<http://ibooks.ru> - Электронно-библиотечная система IBOOKS.RU

<http://www.biblio-online.ru> – Издательство «Юрайт»

<http://books.google.com> - Интернет каталог общемирового книжного фонда Google Books

Кроме того, в самостоятельной работе студента могут быть использованы следующие электронные ресурсы, имеющие свободный доступ в интернете:

- Портал тематических и учебно-методических материалов по социальной работе <http://soc-work.ru/>

- Национальная энциклопедическая служба

http://voluntary.ru/dictionary/903/word/socialnaja-rabota#b_6

- Законодательство Российской Федерации <http://femida.info/>

- Центр социальной политики <http://socpolicy.ru/>

- Информационно-аналитический портал по социальной политике <http://socpolitika.ru/>

- Агентство социальной информации <http://www.asi.org.ru/>

- Социальная работа и социальная политика (учебный сайт) <http://sizovai.ucoz.ru/>

- Электронная библиотека учебников по социальной работе

<http://studentam.net/content/category/1/8/12/>

- Журнал исследований по социальной политике <http://jsps.hse.ru/>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Важнейшей задачей учебного процесса в университете является формирование у студента общекультурных и профессиональных компетенций, в том числе способностей к саморазвитию и самообразованию, а также умений творчески мыслить и принимать решения на должном уровне. Выработка этих компетенций возможна только при условии активной учебно-познавательной деятельности самого студента на всем протяжении образовательного процесса с использованием интерактивных технологий.

Такие виды учебно-познавательной деятельности студента как лекции, семинарские занятия и самостоятельная работа составляют систему вузовского образования.

Лекция является главным звеном дидактического цикла обучения в отечественной высшей школе. Несмотря на развитие современных технологий и появление новых методик обучения лекция остаётся основной формой учебного процесса. Она представляет собой последовательное и систематическое изложение учебного материала, разбор какой-либо узловой проблемы. Вузовская лекция ориентирована на формирование у студентов информативной основы для последующего глубокого усвоения материала методом самостоятельной работы, призвана помочь студенту сформировать собственный взгляд на ту или иную проблему.

Одной из важнейших составляющих вузовского образования является **семинарское занятие**, которое представляет собой одну из форм практических занятий. Семинарские занятия способствуют углубленному изучению наиболее сложных проблем отечественной и мировой истории и являются одной из основных форм подведения итогов самостоятельной работы студентов. На семинарских занятиях студенты учатся грамотно излагать свои мысли и суждения, вести дискуссию по тем или иным проблемам, убеждать оппонента и опровергать его доводы, доказывать и отстаивать свою точку зрения, отстаивать свои убеждения и мировоззренческие взгляды.

При подготовке к семинарскому занятию студенту необходимо внимательно изучить конспект лекции и рекомендованную преподавателем литературу и электронные ресурсы. При этом желательно законспектировать обязательную литературу, выписать необходимые сведения из источников и подходящие цитаты. В процессе подготовки следует обращать внимание в первую очередь на причинно-следственную связь исторических событий и явлений. Необходимо нацелить себя на то, что на семинарском занятии придётся не просто излагать исторические события в хронологическом порядке, а отвечать на вопросы преподавателя и аудитории, вступать в диспут, что потребует необходимость аргументировать свои оценки и выводы, приводить в качестве доказательной базы сведения из исторических источников. Такая форма проведения семинарских занятий способствует расширению научного кругозора студента, знакомить его с важнейшими проблемами отечественной истории.

Рейтинговый балл студента на каждом занятии зависит от его инициативности, качества выполненной работы, аргументированности выступления, характера использованного материала и т.д. Важно помнить, что значительно повышает качество ответа, соответственно выше рейтинговый текущий балл в случае использования и цитирования в ответе первоисточника.

Уровень усвоения материала напрямую зависит от внеаудиторной самостоятельной работы, которая традиционно такие формы деятельности, как выполнение письменного домашнего задания, подготовка к разбору ранее прослушанного лекционного материала на семинарском занятии, подготовка доклада, выполнение реферата и др.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Информационные средства обучения: электронные учебники, учебные фильмы по тематике дисциплины, презентации, интерактивные учебные и наглядные пособия, технические средства предъявления информации (многофункциональный мультимедийный комплекс) и контроля знаний (тестовые системы). Электронные ресурсы Научной библиотеки ДГУ: ЭБС «Айбукс», ЭБС «Юрайт», ресурсы издательства Шпрингер, мультимедийный научно-популярный портал «Чердак», цифровой контент NathiTrust, портал Национальной электронной библиотеки *неб.рф*, Интернет каталог Google, электронно-образовательные ресурсы Дагестанского государственного университета.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Лекционная аудитория № 2, оборудованная многофункциональным мультимедийным комплексом (Acer 1024-768), видеомонитор, звукоусиливающее оборудование, персональный компьютер Intel(R) Celeron(R) SRUB820 @ 1.70GHz ОЗУ 4ГБ.