

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Факультет управления

Кафедра «Экономика труда и управление персоналом»

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Технологии формирования внутреннего имиджа**

Образовательная программа

**38.04.03. Управление персоналом**

Профиль подготовки

**Управление персоналом организации**

Уровень высшего образования  
**магистратура**

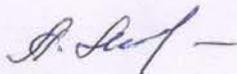
Форма обучения  
очная - заочная

Статус дисциплины: вариативная (по выбору)

**Махачкала 2018 г.**

Рабочая программа дисциплины «Технологии формирования внутреннего имиджа» составлена в 2018 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.03. Управление персоналом (уровень магистратуры) от «8» апреля 2015 г. № 367

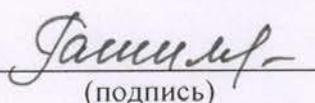
Разработчик: кафедра «Экономика труда и управление персоналом»  
Мусаева А.З., к.э.н., доцент

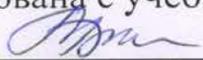


Рабочая программа дисциплины одобрена:  
на заседании кафедры «Экономика труда и управление персоналом» от «30»  
августа 2018г., протокол № 1

/Зав. кафедрой  Магомедов М.М..  
(подпись)

на заседании Методической комиссии факультета управления от  
«31» августа 2018 г., протокол № 1.

Председатель  Гашимова Л.Г.  
(подпись)

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим управ-  
лением « 31 » августа 2018 г.   
(подпись)

## СОДЕРЖАНИЕ

### Аннотация

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения)
4. Объем, структура и содержание дисциплины.
5. Образовательные технологии
6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.
7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.
  - 7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.
  - 7.2. Типовые контрольные задания
  - 7.3. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

## Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Технологии формирования внутреннего имиджа» является дисциплиной по выбору образовательной программы магистратуры по направлению 38.04.03. Управление персоналом.

Дисциплина реализуется на экономическом факультете кафедрой «Экономика труда и управление персоналом».

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с рассмотрением содержания понятия «организационная культура»; изучением функций организационной культуры компании; изучением факторов, влияющие на организационную культуру компании; исследованием типов организационных культур.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: общепрофессиональных – **ОПК-5**; профессиональных – **ПК- 12**.

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

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля: текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов и промежуточный контроль в форме зачета.

Объем дисциплины 2 зачетные единицы, в том числе в 72 академических часах по видам учебных занятий

Се- местр	Учебные занятия						СРС, в том числе экза- мен	Форма проме- жуточной атте- стации (зачет, дифференциро- ванный зачет, экзамен)
	в том числе							
	Контактная работа обучающихся с преподавателем							
	Все го	из них						
Лек- ции		Лабора- торные занятия	Практи- ческие занятия	КСР	Консуль- тации			
10	72	4		8			60	зачет

### 1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Технологии формирования внутреннего имиджа» является формирование у слушателей магистратуры, обучающихся по направлению «Управление персоналом» знаний приемов и подходов создания внутриорганизационного имиджа и формирования навыков их практического использования при функционировании системы HR- менеджмента. Создание внутриорганизационного имиджа способствует развитию организационной культуры, повышению уровня межличностных коммуникаций между сотрудниками, обеспечивает укрепление трудовой дисциплины, улучшает и отражает специфику функционирования системы кадрового менеджмента предприятия. Задачами курса «Технологии формирования внутреннего имиджа» являются:

- ♣ ознакомить магистрантов с концептуальными моделями формирования внутреннего имиджа организации;

- ♣ обучить магистрантов основным технологиям подготовки эффективных презентаций, совещаний, корпоративных мероприятий для создания внутриорганизационного имиджа;

- ♣ дать представление о современных тенденциях в области формирования имиджа руководителя и менеджеров отечественных компаний с учетом мирового опыта в рамках создания целевого образа компании в сознании трудового коллектива.

### 2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры

«Технологии формирования внутреннего имиджа» является учебной дисциплиной по выбору образовательной программы магистратуры по направлению 38.04.03 - Управ-

ление персоналом. Освоение данной дисциплины предполагает наличие у студентов входных знаний, умений по соответствующим пререквизитным учебным предметам.

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

Компетенции	Формулировка компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)
<b>ОПК-5</b>	Способность создавать команды профессионалов и эффективно работать в командах, отстаивать свою позицию, убеждать, находить компромиссные и альтернативные решения.	<b>Знает:</b> сущность и типологию технологий формирования внутреннего имиджа; концептуальные модели формирования внутреннего имиджа организации. <b>Умеет:</b> подготавливать внутрифирменные публикации и вести документооборот при создании имиджа предприятия; создавать имидж руководителя и менеджеров организации. <b>Владеет:</b> методическими приемами диагностики образа организации в сознании персонала предприятия.
<b>ПК-12</b>	Владение принципами, форм и методов диагностики организационного развития, технологии проведения диагностики и мониторинга состояния развития организации, ее кадрового потенциала и умением использовать их в своей профессиональной деятельности.	<b>Знает:</b> особенности разработки корпоративных мероприятий как инструмента формирования внутреннего имиджа организации. <b>Умеет:</b> планировать программы создания внутриорганизационного имиджа и проводить оценку ее эффективности. <b>Владеет:</b> технологиями создания и развития внутреннего имиджа организации.

#### 4. Объем, структура и содержание дисциплины.

4.1. Объем дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 академических часов.

#### 4.2. Структура дисциплины.

№ п/п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	Неделя семестра				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Контроль самостоятельн. раб.		
<b>Модуль 1: Теоретические основы формирования внутреннего имиджа</b>								
1	<b>Тема 1. 1.</b> Предмет, цели и задачи курса «Технологии формирования внутреннего имиджа»		1				6	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта

2	<b>Тема 1.2.</b> Технологии формирования внутреннего имиджа: понятийный и классификационный анализ.				1			6	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта
3	<b>Тема 1.3.</b> Внутренний имидж организации: структура, задачи и роль в системе кадрового менеджмента организации.				1			6	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта
4	<b>Тема 1.4.</b> Концептуальные модели формирования внутреннего имиджа организации.			1	1			6	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта
5	<b>Тема 1.5.</b> Разработка корпоративных мероприятий как инструмент формирования внутреннего имиджа организации.				1			6	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта
<i>Итого по модулю 1:</i>				2	4			30	
<b>Модуль 2: Инструменты формирования внутреннего имиджа</b>									
6	<b>Тема 2.1.</b> Роль внутрифирменных публикаций и документооборота в формировании внутреннего имиджа организации.				1			6	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта
7	<b>Тема 2.2.</b> Технологии презентации и совещаний при формировании внутреннего имиджа фирмы.				1			6	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта
8	<b>Тема 2.3.</b> Разработка средств визуальной идентичности и фирменного стиля при формировании внутреннего имиджа организации			1				6	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта
9	<b>Тема 2.4.</b> Роль разработки имиджа руководителя и менеджеров компании при создании внутреннего имиджа предприятия.				1			6	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта
10	<b>Тема 2.5.</b> Планирование программы создания внутри-организационного имиджа и оценка ее эффективности.			1	1			6	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта
<i>Итого по модулю 2:</i>				2	4			30	
зачет									
<b>ИТОГО:</b>				4	8			60	72

#### 4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

##### 4.3.1. Содержание лекционных занятий по дисциплине.

## **Модуль 1: Теоретические основы формирования внутреннего имиджа**

### **Тема 1.1. Предмет, цели и задачи курса «Технологии формирования внутреннего имиджа»**

*Форма проведения семинарского занятия* – научная дискуссия о роли и месте знаний по дисциплине «Технологии формирования внутреннего имиджа» в процессе освоения квалификации (степени) «магистр» по направлению «Управление персоналом». Обсуждение рефератов по теме семинара.

*После изучения темы 1 магистрант должен:*

- иметь представление о роли и месте знаний по дисциплине «Технологии формирования внутреннего имиджа» в процессе освоения квалификации (степени) «магистр» по направлению «Управление персоналом».

*Вопросы по теме:*

1. Какова роль дисциплины «Технологии формирования внутреннего имиджа» при подготовке магистров по направлению «Управление персоналом» РФ?

2. Знания каких учебных дисциплин могут быть использованы при применении подобных технологий?

3. В чем состоят различие и взаимосвязь понятий «внешний имидж» и «внутренний имидж организации»?

4. Каковы основные направления и тенденции совершенствования теории и практики бренд-менеджмента на современном этапе развития экономической науки?

### **Тема 1.2. Технологии формирования внутреннего имиджа: понятийный и классификационный анализ.**

*Форма проведения семинарского занятия* – коллоквиум по основным понятийным и классификационным аспектам теории формирования внутреннего имиджа организации. *Содержание темы:* Сущность понятия «технология», «формирование», «имидж», «технологии формирования внутреннего имиджа». Классификация видов имиджа. типология технологий формирования внутреннего имиджа организации.

*После изучения темы 2 магистрант должен знать:*

- сущность внутреннего имиджа организации;
- этапы процедуры сбора заявок на персонал;
- типы технологий формирования внутреннего имиджа организации.

*Вопросы по теме:*

1. В чем сущность понятия «технологии формирования внутреннего имиджа»?

2. Охарактеризуйте типологию имиджа?

3. В чём заключаются особенности формирования внутреннего имиджа фирмы?

### **Тема 1.3. Внутренний имидж организации: структура, задачи и роль в системе кадрового менеджмента организации.**

*Форма проведения семинарского занятия* – научная дискуссия о структуре внутреннего имиджа; обсуждение рефератов по теме семинара.

*Содержание темы:* Структурные элементы внутреннего имиджа организации. Задачи формирования внутреннего имиджа. Функции, роль и значение внутреннего имиджа организации в системе ее кадрового менеджмента.

*После изучения темы 3 магистрант должен знать:*

- элементы структуры внутреннего имиджа;
- функции внутреннего имиджа организации.

*Вопросы по теме:*

1. Охарактеризуйте структурные элементы внутреннего имиджа организации.

2. В чём заключается задачи формирования внутреннего имиджа?

3. В чём заключаются значение внутреннего имиджа организации в системе ее кадрового менеджмента?

### **Тема 1.4. Концептуальные модели формирования внутреннего имиджа организации.**

*Форма проведения семинарского занятия* – деловая игра по применению различных моделей формирования внутреннего имиджа организации.

*Содержание темы:* Сравнительный анализ концептуальных моделей формирования внутреннего имиджа организации: их сходства, отличия, достоинства и недостатки, условия применимости на предприятии.

*После изучения темы 4 магистрант должен знать:*

- основные модели построения внутреннего имиджа организации;
- условия применимости каждой из моделей в современной России.

*Вопросы по теме:*

1. Охарактеризуйте основные модели формирования внутреннего имиджа.
2. Дайте характеристику методам диагностики сложившегося внутреннего имиджа.

### **Тема 1.5. Разработка корпоративных мероприятий как инструмент формирования внутреннего имиджа организации.**

*Форма проведения семинарского занятия* - деловая игра по разработке корпоративного мероприятия.

*Содержание темы:* Сущность корпоративного мероприятия. Типология корпоративных мероприятий. Этапы процесса планирования и реализации корпоративного мероприятия. Приемы оценки результативности корпоративных мероприятий при формировании и развитии внутреннего имиджа организации.

*После изучения темы 5 магистрант должен знать:*

- виды корпоративных мероприятий, их характеристики, достоинства и недостатки;
- этапы планирования корпоративного мероприятия и способы оценки его результативности.

*Вопросы по теме:*

1. Охарактеризуйте типологию корпоративных мероприятий.
2. Каковы этапы процесса планирования и реализации корпоративного мероприятия?
3. В чем заключаются приемы оценки результативности корпоративных мероприятий при формировании и развитии внутреннего имиджа организации?

## **Модуль 2: Инструменты формирования внутреннего имиджа**

### **Тема 2.1. Роль внутрифирменных публикаций и документооборота в формировании внутреннего имиджа организации.**

*Форма проведения семинарского занятия* – научная дискуссия о роли внутрифирменных публикаций и документооборота в формировании внутреннего имиджа организации, деловая игра по теме семинара.

*Содержание темы:* Виды внутрифирменных публикации: их характеристики, достоинства и недостатки, условия применимости, носители. Этапы процесса разработки и размещения внутрифирменных публикаций.

Типология внутрифирменных документов, возможности использования фирменной стилистики при их составлении, ведении и учете. Факторы, ограничивающие использование внутрифирменной документации при формировании внутреннего имиджа организации.

*После изучения темы 6 магистрант должен знать:*

- виды внутрифирменных публикаций;
- правила ведения внутрифирменной документации для формирования внутреннего имиджа предприятия.

*Вопросы по теме:*

1. Охарактеризуйте виды внутрифирменных публикаций.
2. Каковы этапы процесса разработки и размещения внутрифирменных публикаций?
3. Охарактеризуйте типологию внутрифирменных документов, возможности использования фирменной стилистики при их составлении, ведении и учете.

### **Тема 2.2. Технологии презентации и совещаний при формировании внутреннего имиджа фирмы.**

*Форма проведения семинарского занятия* - деловая игра, направленная на подготовку презентации и совещания для формирования внутреннего имиджа фирмы.

*Содержание темы:* Виды презентаций. Подходы к планированию презентации. Методические приемы проведения презентаций. Виды совещаний. Подходы к подготовке совещаний. Методические приемы проведения совещаний. Требования, предъявляемые к презентациям и совещаниям, для формирования внутреннего имиджа организации.

*После изучения темы 7 магистрант должен знать:*

- виды презентаций и совещаний;
- методические приемы использования презентации и совещаний при формировании имиджа организации.

*Вопросы по теме:*

1. В чем заключается технология подготовки презентации?
2. Каковы особенности подготовки совещаний?
3. Охарактеризуйте особенности использования презентаций и совещаний при формировании внутреннего имиджа.

### **Тема 2.3. Разработка средств визуальной идентичности и фирменного стиля при формировании внутреннего имиджа организации.**

*Форма проведения семинарского занятия* - деловая игра, направленная на разработку фирменного стиля для формирования внутреннего имиджа фирмы.

*Содержание темы:* сущность фирменного стиля. Технологии формирования фирменного стиля организации. Носители фирменного стиля внутри фирмы, особенности их разработки. Виды средств визуальной идентичности компании, подходы к их разработке. Ограничения в использовании средств визуальной идентичности и фирменного стиля при формировании внутреннего имиджа организации.

*После изучения темы 8 магистрант должен знать:* • виды средств визуальной идентичности; • методические приемы использования фирменного стиля при формировании внутреннего имиджа организации.

*Вопросы по теме:*

1. Какова сущность фирменного стиля?
2. Охарактеризуйте носители фирменного стиля внутри фирмы, особенности их разработки.
3. Каковы виды средств визуальной идентичности компании?
4. В чём заключаются ограничения в использовании средств визуальной идентичности и фирменного стиля при формировании внутреннего имиджа организации?

### **Тема 2.4. Роль разработки имиджа руководителя и менеджеров компании при создании внутреннего имиджа предприятия.**

*Форма проведения семинарского занятия* – ролевая игра, направленная на совершенствование имиджа руководителя для формирования внутреннего имиджа фирмы. *Содержание темы:* Сущность имиджа руководителя, способы его диагностики и формирования. Требования, предъявляемые к имиджу менеджеров компании. Технологии формирования имиджей менеджеров организации.

*После изучения темы 9 магистрант должен знать:*

- требования, предъявляемые к имиджу менеджеров организации;
- методические приемы создания и развития имиджа руководителя и менеджеров компании при формировании внутреннего имиджа организации.

*Вопросы по теме:*

1. Охарактеризуйте способы диагностики и формирования имиджа руководителя.
2. Какие требования могут предъявляться к имиджу менеджеров компании?
3. Охарактеризуйте технологии формирования имиджей менеджеров организации.

### **Тема 2.5. Планирование программы создания внутриорганизационного имиджа и оценка ее эффективности.**

*Форма проведения семинарского занятия* – контрольная работа по пройденному материалу, анализ программ создания внутреннего имиджа.

*Содержание темы:* Структурные элементы программы создания внутриорганизационного имиджа. Способы разработки подобной программы. Методы оценки ее эффективности.

*После изучения темы 10 магистрант должен знать:*

- требования, предъявляемые к программе создания внутреннего имиджа организации;
- методические приемы оценки эффективности программы формирования внутреннего имиджа организации.

*Вопросы по теме:*

1. Каковы структурные элементы программы создания внутриорганизационного имиджа?
2. Охарактеризуйте способы разработки программы создания внутреннего имиджа.
3. В чем заключаются методы оценки эффективности программы формирования внутреннего имиджа?

## **5. Образовательные технологии**

С целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки предусматривается широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий:

- практические занятия предусматривают использование групповой формы обучения, которая позволяет студентам эффективно взаимодействовать в микрогруппах при обсуждении теоретического материала;
- использование кейс–метода (проблемно–ориентированного подхода), то есть анализ и обсуждение в микрогруппах конкретной деловой ситуации из практического опыта деятельности отечественных и зарубежных компаний;
- использование тестов для контроля знаний во время текущих аттестаций и промежуточной аттестации;
- подготовка рефератов и докладов по самостоятельной работе студентов и выступление с докладом перед аудиторией, что способствует формированию навыков устного выступления по изучаемой теме и активизирует познавательную активность студентов.

## **6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.**

Возрастает значимость самостоятельной работы магистрантов в межсессионный период. Поэтому изучение курса «Технологии формирования внутреннего имиджа» предусматривает работу с основной специальной литературой, дополнительной обзорного характера, а также выполнение домашних заданий.

Самостоятельная работа магистрантов должна способствовать более глубокому усвоению изучаемого курса, формировать навыки исследовательской работы и ориентировать магистрантов на умение применять теоретические знания на практике.

В период самостоятельной работы по освоению данной дисциплины студенты по каждой теме учебно-тематического плана должны:

- изучать тексты учебников и учебных пособий;
- строить структурно-логические схемы изученного учебного материала;
- работать со словарями и справочниками;
- изучать учебные пособия из электронных библиотек;
- работать с конспектами лекций;
- составление плана изученного учебного материала;
- готовить доклады и сообщения к семинарскому или практическому занятию;
- выполнять знаково-символические модели изучаемых явлений и готовить пояснения к ним;

- готовить материалы к «интеллектуальным разминкам» и «мозговым штурмам».

Задания для самостоятельной работы, их содержание и форма контроля приведены в форме таблицы.

Наименование тем	Содержание самостоятельной работы	Форма контроля
1	2	3
<b>Тема 1.1.</b> Предмет, цели и задачи курса «Технологии формирования внутреннего имиджа»	Работа с научной литературой, поиск и обзор научных публикаций и электронных источников информации.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата.
<b>Тема 1.2.</b> Технологии формирования внутреннего имиджа: понятийный и классификационный анализ.	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка заданий
<b>Тема 1.3.</b> Внутренний имидж организации: структура, задачи и роль в системе кадрового менеджмента организации.	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка составленной программы
<b>Тема 1.4.</b> Концептуальные модели формирования внутреннего имиджа организации.	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка заданий
<b>Тема 1.5.</b> Разработка корпоративных мероприятий как инструмент формирования внутреннего имиджа организации.	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка заданий
<b>Тема 2.1.</b> Роль внутрифирменных публикаций и документооборота в формировании внутреннего имиджа организации.	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата.	Опрос, оценка выступлений,
<b>Тема 2.2.</b> Технологии презентации и совещаний при формировании внутреннего имиджа фирмы.	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка заданий
<b>Тема 2.3.</b> Разработка средств визуальной идентичности и фирменного стиля при формировании внутреннего имиджа организации	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка заданий
<b>Тема 2.4.</b> Роль разработки имиджа руководителя и менеджеров компании при создании внутреннего имиджа предприятия.	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка заданий
<b>Тема 2.5.</b> Планирование программы создания внутриорганизационного имиджа и оценка ее эффективности.	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка заданий

Целью подготовки реферата является приобретение навыков творческого обобщения и анализа имеющейся литературы по рассматриваемым вопросам, что обычно является первым этапом самостоятельной работы. По каждому модулю предусмотрены написание и защита одного реферата. Всего по дисциплине студент может представить шесть рефератов. Тему реферата студент выбирает самостоятельно из предложенной тематики. При написании реферата надо составить краткий план, с указанием основных вопросов избранной темы.

Реферат должен включать введение, несколько вопросов, посвященных рассмотрению темы, заключение и список использованной литературы. В вводной части реферата следует указать основания, послужившие причиной выбора данной темы, отметить актуальность рассматриваемых в реферате вопросов. В основном разделе излагаются наиболее существенные сведения по теме, производится их анализ, отмечаются отдельные недостатки или нерешенные еще вопросы, вносятся и обосновываются предложения по повышению качества потребительских товаров, расширению ассортимента, совершенствованию контроля за качеством и т.д. В заключении реферата на основании изучения литературных источников должны быть сформулированы краткие выводы и предложения. Список литературы оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ 7.1-84 «Библиографическое описание документа». Перечень литературы составляется в алфавитном порядке фамилий первых авторов, со сквозной нумерацией. Примерный объем реферата 15-20 страниц.

Предусмотрено проведение индивидуальной работы (консультаций) со студентами в ходе изучения материала данной дисциплины.

### Тематика рефератов

1. Задачи формирования внутреннего имиджа.
2. Функции, роль и значение внутреннего имиджа организации в системе ее кадрового менеджмента.
3. История становления и развития теории и практики бренд-менеджмента та в России и за рубежом.
4. Сущность понятия «технология», «формирование», «имидж», «технологии формирования внутреннего имиджа».
5. Классификация видов имиджа.
6. Типология технологий формирования внутреннего имиджа организации.
7. Структурные элементы внутреннего имиджа организации.
8. Сравнительный анализ концептуальных моделей формирования внутреннего имиджа организации: их сходства, отличия, достоинства и недостатки, условия применимости на предприятии.
9. Этапы процесса разработки и размещения внутрифирменных публикаций.
10. Сущность корпоративного мероприятия. Типология корпоративных мероприятий.
11. Этапы процесса планирования и реализации корпоративного мероприятия.
12. Приемы оценки результативности корпоративных мероприятий при формировании и развитии внутреннего имиджа организации.
13. Виды презентаций.
14. Виды внутрифирменных публикаций: их характеристики, достоинства и недостатки, условия применимости, носители.
15. Типология внутрифирменных документов, возможности использования фирменной стилистики при их составлении, ведении и учете.
16. Факторы, ограничивающие использование внутрифирменной документации при формировании внутреннего имиджа организации.
17. Подходы к планированию презентации.
18. Методические приемы проведения презентаций.
19. Требования, предъявляемые к презентациям и совещаниям, для формирования внутреннего имиджа организации.
20. Сущность и виды фирменного стиля.
21. Технологии формирования фирменного Стиля совещаний.
22. Подходы к подготовке совещаний.
23. Методические приемы проведения совещаний.
24. Стиля организации.

25. Носители фирменного стиля внутри фирмы, особенности их разработки.
26. Виды средств визуальной идентичности компании, подходы к их разработке.
27. Требования, предъявляемые к имиджу менеджеров компании.
28. Ограничения в использовании средств визуальной идентичности и фирменного стиля при формировании внутреннего имиджа организации.
29. Структурные элементы программы создания внутриорганизационного имиджа.
30. Способы разработки программы создания внутриорганизационного имиджа.
31. Методы оценки эффективности программы создания внутриорганизационного имиджа.
32. Сущность имиджа руководителя, способы его диагностики.
33. Сущность имиджа руководителя, способы его формирования.
34. Технологии формирования имиджей менеджеров организации.

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

### 7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования приведен в описании образовательной программы.

Компетенция	Знания, умения, навыки	Процедура освоения
<b>ОПК-5</b>	<p><b>Знает:</b> сущность и типологию технологий формирования внутреннего имиджа; концептуальные модели формирования внутреннего имиджа организации.</p> <p><b>Умеет:</b> подготавливать внутрифирменные публикации и вести документооборот при создании имиджа предприятия; создавать имидж руководителя и менеджеров организации.</p> <p><b>Владеет:</b> методическими приемами диагностики образа организации в сознании персонала предприятия.</p>	Устный опрос, написание рефератов, тестирование
<b>ПК-12</b>	<p><b>Знает:</b> особенности разработки корпоративных мероприятий как инструмента формирования внутреннего имиджа организации.</p> <p><b>Умеет:</b> планировать программы создания внутриорганизационного имиджа и проводить оценку ее эффективности.</p> <p><b>Владеет:</b> технологиями создания и развития внутреннего имиджа организации.</p>	Устный опрос, написание рефератов, тестирование, составление программы исследования

### 7.2. Типовые контрольные задания

Текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов, решения задач и промежуточный контроль в форме зачета.

#### Контрольные вопросы к зачету для итогового контроля:

1. Сущность понятия «технология», «формирование», «имидж», «технологии формирования внутреннего имиджа».
2. Классификация видов имиджа.
3. Типология технологий формирования внутреннего имиджа организации.
4. Структурные элементы внутреннего имиджа организации.
5. Сравнительный анализ концептуальных моделей формирования внутреннего имиджа организации: их сходства, отличия, достоинства и недостатки, условия применимости на предприятии.

6. Задачи формирования внутреннего имиджа.
7. Функции, роль и значение внутреннего имиджа организации в системе ее кадрового менеджмента.
8. История становления и развития теории и практики бренд-менеджмента та в России и за рубежом.
9. Виды внутрифирменных публикаций: их характеристики, достоинства и недостатки, условия применимости, носители.
10. Этапы процесса разработки и размещения внутрифирменных публикаций.
11. Сущность корпоративного мероприятия. Типология корпоративных мероприятий.
12. Этапы процесса планирования и реализации корпоративного мероприятия.
13. Приемы оценки результативности корпоративных мероприятий при формировании и развитии внутреннего имиджа организации.
14. Виды презентаций.
15. Типология внутрифирменных документов, возможности использования фирменной стилистики при их составлении, ведении и учете.
16. Факторы, ограничивающие использование внутрифирменной документации при формировании внутреннего имиджа организации.
17. Подходы к планированию презентации.
18. Методические приемы проведения презентаций.
19. Требования, предъявляемые к презентациям и совещаниям, для формирования внутреннего имиджа организации.
20. Носители фирменного стиля внутри фирмы, особенности их разработки.
21. Требования, предъявляемые к имиджу менеджеров компании.
22. Ограничения в использовании средств визуальной идентичности и фирменного стиля при формировании внутреннего имиджа организации.
23. Структурные элементы программы создания внутриорганизационного имиджа.
24. Способы разработки программы создания внутриорганизационного имиджа.
25. Сущность и виды фирменного стиля.
26. Виды средств визуальной идентичности компании, подходы к их разработке.
27. Технологии формирования фирменного Виды совещаний.
28. Подходы к подготовке совещаний.
29. Методические приемы проведения совещаний.
30. Сущность имиджа руководителя, способы его диагностики.
31. Технологии формирования имиджей менеджеров организации Сущность имиджа руководителя, способы его формирования.
32. Методы оценки эффективности программы создания внутриорганизационного имиджа.

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

Общий результат выводится как интегральная оценка, складывающаяся из текущего контроля – 70% и промежуточного контроля – 30%. Контроль освоения студентом дисциплины осуществляется в рамках модульно-рейтинговой системы в зачетных единицах, включающих текущую и промежуточную аттестации.

По результатам текущего и промежуточного контроля составляется академический рейтинг студента по каждому кредиту и выводится средний рейтинг по всем трем кредитам.

По результатам промежуточного контроля студенту засчитывается трудоемкость дисциплины в зачетных единицах, выставляется дифференцированная отметка в принятой

системе баллов, характеризующая качество освоения студентом знаний, умений и навыков по данной дисциплине.

Контроль успеваемости и качества подготовки студентов по дисциплине «Основы менеджмента» осуществляется в ходе текущего контроля, промежуточного контроля (модульные аттестации) и итогового контроля по дисциплине.

Текущий контроль, то есть регулярное отслеживание уровня усвоения материала на лекциях, практических занятиях, индивидуальные задания – предназначен для проверки отдельных знаний, навыков и умений студентов, полученных при обучении по учебной дисциплине или требуемых для обучения по учебной дисциплине. Текущий контроль предназначен для проверки достижения студентом отдельных учебных целей и выполнения части учебных задач программы учебной дисциплины.

По результатам текущего контроля формируется допуск студента к экзамену.

**Текущий контроль знаний:**

1. Присутствие и работа на лекции (конспект) – 2 балл;
2. Присутствие на семинаре – 1 балл;
3. Активное участие на семинарских занятиях – 15 балл;
4. Активное участие в деловых играх – 20 балл
5. Самостоятельная работа:
  - а) выполнение домашнего задания – 12 балл;
6. Устный (фронтальный) опрос – 10 баллов;
9. Доклады – 10 баллов.

*Итого:* текущий контроль знаний – 70 баллов.

Коэффициент весомости баллов, набранных за текущую и контрольную работу, составляет 0,7/0,3. Контроль освоения учебного материала по каждому кредиту может осуществляться в форме:

- контрольной работы;
- тестирования.

*Итого: промежуточный контроль* – 30 баллов.

Оценка самостоятельной работы студента (подготовка доклада, выполнение индивидуальных заданий, домашней контрольной работы и др.) также осуществляется по 100-балльной шкале.

Для определения среднего балла за текущую работу суммируются баллы, полученные за аудиторную и самостоятельную работу, полученная сумма делится на количество полученных оценок.

Итоговый балл за текущую работу определяется как произведение среднего балла за текущую работу и коэффициента весомости.

Результаты успеваемости оцениваются по 100-балльной системе, которые отделом мониторинга качества образования переводятся в 50 баллов.

Если студент пропустил занятие без уважительной причины, то это занятие оценивается в 0 баллов и учитывается при подсчете среднего балла за текущую работу.

Если студент пропустил занятие по уважительной причине, подтвержденной документально, то преподаватель может принять у него отработку и поставить определенное количество баллов за занятие. Если преподаватель по тем или иным причинам не принимает отработку, то это занятие при делении суммарного балла не учитывается.

Контрольная работа за модуль также оценивается по 100-балльной шкале. Итоговый балл за контрольную работу определяется как произведение баллов за контрольную работу и коэффициента весомости.

Критерии оценок аудиторной работы студентов по 100-балльной шкале:

«0 баллов» - студент не смог ответить ни на один из поставленных вопросов

«10-50 баллов» - обнаружено незнание большей части изучаемого материала, есть слабые знания по некоторым аспектам рассматриваемых вопросов

«51-65 баллов» - неполно раскрыто содержание материала, студент дает ответы на некоторые рассматриваемые вопросы, показывает общее понимание, но допускает ошибки  
«66-85 баллов» - студент дает почти полные ответы на поставленные вопросы с небольшими проблемами в изложении. Делает самостоятельные выводы, имеет собственные суждения.

«86-90 баллов» - студент полно раскрыл содержание материала, на все поставленные вопросы готов дать абсолютно полные ответы, дополненные собственными суждениями, выводами. Студент подготовил и отвечает дополнительный материал по рассматриваемым вопросам.

Таблица перевода рейтингового балла в «5»-балльную шкалу

Итоговая сумма баллов по дисциплине по 100-балльной шкале	Оценка по 5-балльной шкале
0-50	Неудовлетворительно
51-65	Удовлетворительно
66-85	Хорошо
86-100	Отлично

Аттестованным считается студент, набравший 51 балл и выше.

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

Список рекомендуемой литературы

*а) Основная литература:*

1. Ушакова Н.В. Имиджелогия. - М.: Дашков и К, 2012.

*б) Дополнительная литература:*

1. Альтшуллер А.А. Имидж и самопрезентация в бизнесе. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2004.

2. Кузнецов В. Ф. Связи с общественностью: теория и технологии. - М.: Аспект Пресс, 2009.

3. Лукиева Е.Б. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие. Часть 2. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2009.

4. Развитие потенциала сотрудников: проф. компетенции, лидерство, коммуникации / под ред. М. М. Васильевой. - М.: Связи с общественностью. - М.: Юрайт, 2014.

5. Тимофеев М. И. Связи с общественностью (паблик рилейшнз).- М.: РИОР, 2009.

6. Ушакова Н.В. Имиджелогия: Учебное пособие / Н.В. Ушакова, А.Ф. Стрижова. – 2-е изд., исправл. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2012.

7. Шарков Ф.И. Пабликрилейшнз (связи с общественностью): Учебное пособие для вузов – Изд. 2-е. – М.: Академический Проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2007.

*в) Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:*

1. Электронный каталог библиотеки УлГУ.

2. Система ГАРАНТ: электронный периодический справочник [Электронный ресурс]. – Электрон.дан. (7162 Мб: 473378 документов). – [Б.и., 199-]

3. ConsultantPlus: справочно-поисковая система [Электронный ресурс]. – Электрон.дан. (733861 документов) - [Б.и., 199-]

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

1. eLibrary.ru [Электронный ресурс]: электронная библиотека/научн.электронная библиотека // <http://www.elibrary.ru/>
2. Moodle [Электронный ресурс]: система виртуального обучения [база данных]/ДГУ. – Махачкала – URL: <http://www.moodle.dgu.ru>
3. Электронный каталог библиотеки ДГУ [Электронный ресурс]: <http://www.elib.dgu.ru>
4. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» / <http://www.biblioclub.ru/>
5. Единое окно доступа к образовательным ресурсам / <http://window.edu.ru/window/library>
6. Библиотека Гумер - гуманитарные науки / <http://www.gumer.info/>
7. Библиотека: Интернет-издательство / <http://www.magister.msk.ru/library/>
8. Библиотека Я. Кротова / <http://www.krotov.info/>
9. Мировая цифровая библиотека / <http://wdl.org/ru/>
10. Публичная Электронная Библиотека / <http://lib.walla.ru/>
11. Российское образование. Федеральный портал. / <http://www.edu.ru/>
12. Русский гуманитарный интернет-университет / <http://www.i-u.ru/biblio/links.aspx?id=6>
13. Электронная библиотека Российской государственной библиотеки / <http://www.rsl.ru/ru/s2/s101/>
14. Электронная библиотека учебников / <http://studentam.net/>
15. Электронная библиотека IQlib / <http://www.iqlib.ru/>
16. Lib.Ru: Библиотека Максима Мошкова / <http://lib.ru/>
17. Официальный сайт Президента Российской Федерации // [www.kremlin.ru](http://www.kremlin.ru)
18. Официальный сайт Министерства иностранных дел Российской Федерации // [www.mid.ru](http://www.mid.ru)
19. Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации // [www.economy.gov.ru](http://www.economy.gov.ru)
20. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики // [www.gks.ru](http://www.gks.ru)
21. Сайт Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) // <http://wciom.ru>
22. Сайт аналитического центра Юрия Левады (Левада-центр) // [www.levada.ru](http://www.levada.ru)
23. Сайт Института современного развития (ИНСОП) // [www.riocenter.ru](http://www.riocenter.ru)
24. Сайт Института общественного проектирования (ИНОП) // [www.inop.ru](http://www.inop.ru)
25. Сайт журнала «Эксперт» // [www.expert.ru](http://www.expert.ru)
26. Сайт Общественной палаты России // [www.oprf.ru](http://www.oprf.ru)
27. Федеральный портал «Российское образование» // <http://www.edu.ru/>

## **10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.**

В течение семестра студенты осуществляют учебные действия на лекционных занятиях, решают практические задачи по указанию преподавателя, готовятся к каждому семинару, изучают основные способы психического влияния людей друг на друга в деятельности и общении, усваивают и повторяют основные понятия, которыми обозначаются данные явления.

Характер и количество задач, решаемых на семинарских занятиях, определяются преподавателем, ведущим занятия. Контроль эффективности самостоятельной работы студентов осуществляется путем проверки их конспектов по изучению литературных источников, проверки решения ими учебных заданий и практических задач, предусмотренных для самостоятельной отработки. Количество задач, предлагаемых для самостоятельной работы студентам, определяются их сложностью и с учетом соотношения часов аудиторной и самостоятельной работы.

В течение семестра проводится контрольная работа. Выполнение всех самостоятельных домашних заданий и контрольной работы является необходимым условием допуска к экзамену по теоретическому курсу. Преподавание и изучение учебной дисциплины осуществляется в виде лекций, семинарских практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, самостоятельной работы студентов. В качестве контрольно-развивающих форм используются командные и сценарные игры, «интеллектуальные разминки», «мозговые штурмы», моделирование изучаемого предмета.

#### **Методические рекомендации студентам в период работы на лекционных занятиях.**

Основу теоретического обучения студентов составляют лекции. Они дают систематизированные знания студентам о наиболее сложных и актуальных проблемах изучаемого курса. На лекциях особое внимание уделяется не только усвоению студентами изучаемых проблем, но и стимулированию их активной познавательной деятельности, творческого мышления, развитию научного мировоззрения, профессионально-значимых свойств и качеств.

Осуществляя учебные действия на лекционных занятиях, студенты должны внимательно воспринимать действия преподавателя, запоминать складывающиеся образы, мыслить, добиваться понимания изучаемого предмета, применения знаний на практике, при решении учебно-профессиональных задач. В случае непонимания какой-либо части предмета следует задать вопрос в установленном порядке преподавателю.

Студентам, изучающим курс, рекомендуется расширять, углублять, закреплять усвоенные знания во время самостоятельной работы, особенно при подготовке к семинарским занятиям, изучать и конспектировать не только обязательную, но и дополнительную литературу.

#### **Методические рекомендации студентам по подготовке к семинарским занятиям.**

Главной задачей семинарских занятий является углубление и закрепление теоретических знаний у студентов, формирование и развитие у них умений и навыков применения знаний для успешного решения прикладных психологических задач. Семинарское занятие проводится в соответствии с планом.

*Подготовка студентов к семинару включает:*

- заблаговременное ознакомление с планом семинара;
- изучение рекомендованной литературы и конспекта лекций;
- подготовку полных и глубоких ответов по каждому вопросу, выносимому для обсуждения;
- подготовку доклада, реферата по указанию преподавателя;
- освоение своей роли как участника тренинга или деловой игры;
- заблаговременное решение учебно-профессиональных задач к семинару.

При проведении семинарских занятий уделяется особое внимание заданиям, предполагающим не только воспроизведение студентами знаний, но и направленных на развитие у них практических умений и навыков, а так же творческого мышления, научного мировоззрения, профессиональных представлений и способностей. **Методические рекомендации студентам по подготовке к зачету.** При подготовке к зачету студент должен повторно изучить конспекты лекций и рекомендованную литературу, просмотреть решения основных задач, решенных самостоятельно и на семинарах, а также составить письменные ответы на все вопросы, вынесенные на зачет.

### **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспе-**

### **чения и информационных справочных систем.**

Для выполнения моделирования необходимы пакет прикладных программ Microsoft Office. Для проведения индивидуальных консультаций может использоваться образовательный блог и электронная почта.

Разработан учебный курс на электронной платформе Moodle.

При изучении студентами данной дисциплины используются следующие технологии:

- технологии проблемного обучения (проблемные лекции, проводимые в форме диалога,
- решение учебно-профессиональных задач на семинарских и практических занятиях;
- игровые технологии (проведение тренингов, деловых игр, «интеллектуальных разминок», «мозговых штурмов», реконструкций функционального взаимодействия личностей в рамках семинарских занятий);
- интерактивные технологии (проведение лекций диалогов, эвристических бесед, коллективное обсуждение различных подходов к решению той или иной учебно-профессиональной задачи);
- информационно-коммуникативные образовательные технологии (моделирование изучаемых явлений, презентация учебных материалов) и элементы технологий проектного обучения.

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

Учебные занятия по предмету проводятся в специализированной аудитории. В процессе чтения лекций, проведения семинарских и практических занятий используются наглядные пособия, комплект слайдов, компьютерное оборудование для моделирования ситуаций взаимного влияния людей в деятельности и общении, видео-лекции, видео – и аудиовизуальные средства обучения, банк учебно-профессиональных задач, учебных заданий.

На факультете управления Дагестанского государственного университета имеются аудитории (438 ауд.), оборудованные интерактивными, мультимедийными досками, проекторами, что позволяет читать лекции в формате презентаций, разработанных с помощью пакета прикладных программ MS Power Point, использовать наглядные, иллюстрированные материалы, обширную информацию в табличной и графической формах, пакет прикладных обучающих программ, а также электронные ресурсы сети Интернет.