

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце: Ханты-Мансийского автономного округа-Югры
ФИО: Косенок Сергей Михайлович "Сургутский государственный университет"
Должность: ректор
Дата подписания: 14.06.2024 09:25:45
Уникальный программный ключ:
e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УМР

13 июня 2024 г., протокол УМС №5

МОДУЛЬ ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ДИСЦИПЛИН Имиджелогия рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Психологии**
Учебный план б420301-ССО-24-2.plx
42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 108
в том числе:
аудиторные занятия 32
самостоятельная работа 40
часов на контроль 36

Виды контроля в семестрах:
экзамены 4

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
	Неделя 17 2/6			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	16	16	16	16
Практические	16	16	16	16
Итого ауд.	32	32	32	32
Контактная работа	32	32	32	32
Сам. работа	40	40	40	40
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	108	108	108	108

Программу составил (и):

к. психол. н., доцент, Плеханова Н.П.

Рабочая программа дисциплины

Имиджелогия

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
утвержденного учебно-методическим советом вуза от 13.06.2024 протокол № 5.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Психологии

Зав. кафедрой к. филос. н., доцент Родермель Т.А.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	сформировать систему знаний и представлений о теоретических основах имиджологии, структуре, функциях и генезисе индивидуального и профессионального имиджа, имиджа компании и территории, готовность использования на практике стратегий и технологий формирования персонального имиджа и имиджа компании, учитывая достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания имиджа
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О.04
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Основы связей с общественностью
2.1.2	Теория и практика рекламы
2.1.3	Основы теории коммуникации
2.1.4	Мировой опыт художественной культуры в рекламе и связях с общественностью
2.1.5	Введение в профессиональную деятельность
2.1.6	Психология
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Социальная психология и психология управления
2.2.2	Корпоративная культура
2.2.3	Брендинг
2.2.4	Психология карьеры
2.2.5	Межкультурная коммуникация
2.2.6	Территориальный брендинг
2.2.7	Копирайтинг

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ОПК-3.2: Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	общую модель символической имиджевой коммуникации в современном обществе;
3.1.2	достижения отечественной и мировой культуры, средства художественной выразительности в процессе создания
3.1.3	теоретические основы имиджологии, этапы становления имиджологии как прикладной дисциплины;
3.1.4	структуру, генезис, стратегии и технологии формирования имиджа человека;
3.1.5	символические средства художественной выразительности средства персонального имиджа;
3.1.6	основные методы и этапы формирования имиджа группы;
3.2	Уметь:
3.2.1	учитывать достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности, анализировать, использовать различные символические средства в процессе создания имиджа,
3.2.2	разрабатывать модели профессионального имиджа PR-специалиста, политика и телеведущего;
3.2.3	разрабатывать модель позиционирования, продвижения и рекламы профессионального имиджа;
3.2.4	определять критерии оценки эффективности формирования персонального имиджа;
3.2.5	исследовать и анализировать актуальный персональный, профессиональный имидж;

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)						
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Примечание
	Раздел 1. Основы имиджологии. Достижения отечественной и мировой культуры, средства художественной выразительности в процессе создания имиджа					
1.1	Основы имиджологии. Достижения отечественной и мировой культуры, средства художественной выразительности в процессе создания имиджа /Лек/	4	2	ОПК-3.2	Л1.1 Л1.2 Л1.4Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
1.2	Основы имиджологии. Достижения отечественной и мировой культуры, средства художественной выразительности в процессе создания имиджа /Пр/	4	2	ОПК-3.2	Л1.1 Л1.2 Л1.4Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
1.3	Основы имиджологии. Достижения отечественной и мировой культуры, средства художественной выразительности в процессе создания имиджа /Ср/	4	8	ОПК-3.2	Л1.1 Л1.2 Л1.4Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
1.4	Персональный имидж: структура, генезис, функция и технологии формирования. Символические средства художественной выразительности имиджа /Лек/	4	8	ОПК-3.2	Л1.1 Л1.2 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.4Л3.1 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
1.5	Персональный имидж: структура, генезис, функция и технологии формирования. Символические средства художественной выразительности имиджа /Пр/	4	8	ОПК-3.2	Л1.1 Л1.2 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.4Л3.1 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
1.6	Персональный имидж: структура, генезис, функция и технологии формирования. Символические средства художественной выразительности имиджа /Ср/	4	20	ОПК-3.2	Л1.1 Л1.2 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.4Л3.1 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
	Раздел 2. Профессиональный имидж					
2.1	Формирование профессионального имиджа. Модели, структура и этапы формирования имиджа ПР-специалиста, политика и телеведущего /Лек/	4	6	ОПК-3.2	Л1.1 Л1.3 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.5 Л2.7Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
2.2	Формирование профессионального имиджа. Модели, структура и этапы формирования имиджа ПР-специалиста, политика и телеведущего /Пр/	4	6	ОПК-3.2	Л1.1 Л1.3 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.5 Л2.6Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
2.3	Формирование профессионального имиджа. Модели, структура и этапы формирования имиджа ПР-специалиста, политика и телеведущего /Ср/	4	12	ОПК-3.2	Л1.1 Л1.3 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
2.4	/Контр. раб./	4	0			
2.5	/Экзамен/	4	36			Устный опрос, проводимый по экзаменационным билетам, представление результатов практической работы

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА				
5.1. Оценочные материалы для текущего контроля и промежуточной аттестации				
Представлены отдельным документом				
5.2. Оценочные материалы для диагностического тестирования				
Представлены отдельным документом				
6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)				
6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Плеханова Н. П.	Имиджелогия: учебное пособие	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2013	53
Л1.2	Ушакова Н.В., Стрижова А.Ф.	Имиджелогия (3-е издание): учебное пособие	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017, Электронный ресурс	1
Л1.3	Бочаров М. П., Тишкова М. В., Чумиков А. Н.	PR в Интернете: Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0	Москва: Альпина Паблишер, 2017, Электронный ресурс	1
Л1.4	Беляева М. А., Самкова В. А.	Азы имиджелогии. Имидж личности, организации, территории: Учебное пособие для вузов	Москва, Екатеринбург: Кабинетный ученый, 2017, Электронный ресурс	1
Л1.5	Горчакова В. Г.	Имиджелогия. Теория и практика: Учеб. пособие для студентов вузов Учебное пособие	Москва: Издательство "ЮНИТИ-ДАНА", 2015, Электронный ресурс	1
Л1.6	Селентьева Д. О.	Политическая имиджелогия: Учебное пособие	Москва: Издательство Юрайт, 2019, Электронный ресурс	1
6.1.2. Дополнительная литература				
Л2.1	Рожков И. Я., Кисмерешкин В. Г.	Бренды и имиджи: страна. Регион, город. Отрасль. Предприятие. Товары, услуги.	М.: РИП-холдинг, 2006	10
Л2.2	Плеханова Н. П.	Психология индивидуального имиджа: учебное пособие для студентов факультета психологии	Сургут: Издательство СурГУ, 2006	52
Л2.3	Денисова Т. Ю.	Реклама и связи с общественностью в политической сфере: учебное пособие	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2010	78
Л2.4	Пикулева О. А.	Психология самопрезентации личности: Монография	Москва: ООО "Научно- издательский центр ИНФРА-М", 2017, Электронный ресурс	1
Л2.5	Чумиков А. Н.	Связи с общественностью. Практикум: Учебное пособие	Москва: Издательство Юрайт, 2019, Электронный ресурс	1
Л2.6	Чумиков А. Н.	Связи с общественностью. Практикум: Учебное пособие для вузов	Москва: Юрайт, 2020, Электронный ресурс	1
Л2.7	Мостяев Ю. Н.	Политический PR: теория и практика манипулирования в ходе избирательной кампании: учебное пособие	Рязань: РГРТУ, 2013, Электронный ресурс	1
6.1.3. Методические разработки				
Л3.1	Плеханова Н. П.	Психология индивидуального имиджа. Мужской имидж: учебно-методическое пособие	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2010	44
Л3.2	Плеханова Н. П.	Технологии формирования профессионального имиджа: методические рекомендации по выполнению практических занятий и контрольных работ	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2019, Электронный ресурс	1
Л3.3	Плеханова Н. П.	Имиджелогия: методические рекомендации и задания для практических занятий	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2020, Электронный ресурс	1

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	
Э1	Международный пресс-клуб http://pr-club.com/
Э2	Научно-практический журнал Корпоративная имиджелогия [Текст] = Corporate Imageology : [журнал] / учредитель: НП «Академия имиджелогии» http://www.ci-journal.ru/
Э3	Public relations в российском контексте. Информация для работы. http://www.pr-info.ru
Э4	Сайт Российской Ассоциации по связям с общественностью. Российский PR-портал. http://www.raso.ru
Э5	Все в помощь PR-специалисту. Профессиональный PR-портал. http://www.советник.ru
Э6	Все о технологиях брендинга. Теория. Практика. Создание торговой марки. Ребрендинг. http://www.allbranding.ru
6.3.1 Перечень программного обеспечения	
6.3.1.1	Операционные системы Microsoft, пакет прикладных программ Microsoft Office
6.3.2 Перечень информационных справочных систем	
6.3.2.1	СПС «КонсультантПлюс» - www.consultant.ru/
6.3.2.2	СПС «Гарант» - www.garant.ru/

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
7.1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных занятий), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации оснащена: комплект специализированной учебной мебели, маркерная (меловая) доска, комплект переносного мультимедийного оборудования – компьютер, проектор, проекционный экран, компьютеры с возможностью выхода в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду. Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационную среду организации.