

Документ подписан простой электронной подписью.
Информация о владельце:
ФИО: Кандрашина Елена Александровна
Должность: И.о. ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»
Дата подписания: 16.12.2021 10:02:24
Уникальный программный ключ:
2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd32c70e0674ddd2

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»

Менеджмента

Институт

Кафедра Управления персоналом

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом Университета
(протокол № 14 от 31 марта 2021 г.)

С ИЗМЕНЕНИЯМИ И ДОПОЛНЕНИЯМИ
(ПРОТОКОЛ №16 от 20 мая 2021 г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Наименование дисциплины Б1.В.07 Профессиональная имиджелогия

Основная профессиональная образовательная программа Направление 38.03.03 УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ программа "Управление персоналом организации"

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

Содержание (рабочая программа)

Стр.

- 1 Место дисциплины в структуре ОП
- 2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
- 3 Объем и виды учебной работы
- 4 Содержание дисциплины
- 5 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
- 6 Фонд оценочных средств по дисциплине

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Профессиональная имиджология входит в вариативную часть блока Б1. Дисциплины (модули)

Предшествующие дисциплины по связям компетенций: История, Профессиография, Социология труда, Адаптация лиц с ОВЗ, Политология, Культурология, Экология, Технологические основы производства

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Профессиональная имиджология в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Общекультурные компетенции (ОК):

ОК-7 - способностью к самоорганизации и самообразованию

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
ОК-7	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
	ОК7з1: пути и средства профессионального самосовершенствования	ОК7у1: анализировать способности к самоорганизации	ОК7в1: приемами и методами самоорганизации
	ОК7з2: закономерности профессионально-творческого и культурно-нравственного развития	ОК7у2: анализировать культурную, профессиональную и личностную информацию и использовать ее для повышения своей квалификации	ОК7в2: навыками организации самообразования, технологиями приобретения, использования и обновления социально-культурных, психологических, профессиональных знаний

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-4 - знанием основ социализации, профориентации и профессионализации персонала, принципов формирования системы трудовой адаптации персонала, разработки и внедрения программ трудовой адаптации и умение применять их на практике

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
ПК-4	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
	ПК4з1: основы социализации, профориентации и профессионализации персонала	ПК4у1: анализировать социальную структуру и социальный потенциал трудового коллектива предприятия	ПК4в1: навыками социализации, профориентации и профессионализации персонала
	ПК4з2: принципы формирования системы трудовой адаптации	ПК4у2: разрабатывать программы трудовой адаптации	ПК4в2: навыками формирования системы трудовой адаптации

	персонала; принципы проведения исследований удовлетворенности персонала работой в организации		персонала, внедрения программ трудовой адаптации и применения их в практической деятельности
--	---	--	--

3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

Очная форма обучения

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 5
Контактная работа, в том числе:	36.15/1
Занятия лекционного типа	18/0.5
Занятия семинарского типа	18/0.5
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.15/0
Самостоятельная работа	62.85/1.75
Промежуточная аттестация	9/0.25
Вид промежуточной аттестации:	
Зачет	Зач
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	108
Зачетные единицы	3

заочная форма

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 5
Контактная работа, в том числе:	8.15/0.23
Занятия лекционного типа	4/0.11
Занятия семинарского типа	4/0.11
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.15/0
Самостоятельная работа	96.85/2.69
Промежуточная аттестация	3/0.08
Вид промежуточной аттестации:	
Зачет	Зач
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	108
Зачетные единицы	3

4. Содержание дисциплины

4.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий:

Тематический план дисциплины Профессиональная имиджелогия представлен в таблице.

Разделы, темы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе
		Лекции	Занятия семинарского типа	ИКР	ГКР		
			Практич. занятия				

1.	Теоретические основы профессиональной имиджологии	9	9			30,92	ОК7з1, ОК7з2, ОК7у1, ОК7у2, ОК7в1, ОК7в2, ПК4з1, ПК4з2, ПК4у1, ПК4у2, ПК4в1, ПК4в2
2.	Реализация профессиональной имиджологии на предприятии	9	9			31,93	ОК7з1, ОК7з2, ОК7у1, ОК7у2, ОК7в1, ОК7в2, ПК4з1, ПК4з2, ПК4у1, ПК4у2, ПК4в1, ПК4в2
Контроль		9					
Итого		18	18	0.15		62.85	

заочная форма

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе
		Лекции	Занятия семинарского типа	ИКР	ГКР		
Практич. занятия							
1.	Теоретические основы профессиональной имиджологии	2	2			47,92	ОК7з1, ОК7з2, ОК7у1, ОК7у2, ОК7в1, ОК7в2, ПК4з1, ПК4з2, ПК4у1, ПК4у2, ПК4в1, ПК4в2
2.	Реализация профессиональной имиджологии на предприятии	2	2			48,93	ОК7з1, ОК7з2, ОК7у1, ОК7у2, ОК7в1, ОК7в2, ПК4з1, ПК4з2, ПК4у1, ПК4у2, ПК4в1, ПК4в2
Контроль		3					
Итого		4	4	0.15		96.85	

4.2 Содержание разделов и тем

4.2.1 Контактная работа

Тематика занятий лекционного типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия лекционного типа*	Тематика занятия лекционного типа
1.	Теоретические основы профессиональной имиджологии	лекция	Возникновение имиджологии как науки и ее роль в бизнесе и личной жизни
		лекция	Понятийное поле имиджологии.
		лекция	Составляющие имиджа
		лекция	Типология и функции профессионального имиджа

2.	Реализация профессиональной имиджологии на предприятии	лекция	Технологии профессионального имиджирования
		лекция	Корпоративный имидж
		лекция	Профессиональный имидж руководителя
		лекция	Индивидуальный имидж
		лекция	Формирование профессионального имиджа HR-специалиста

*лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся

Тематика занятий семинарского типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия семинарского типа**	Тематика занятия семинарского типа
1.	Теоретические основы профессиональной имиджологии	практическое занятие	Возникновение имиджологии как науки и ее роль в бизнесе и личной жизни
		практическое занятие	Коммуникативная модель формирования имиджа (имидж как символическое взаимодействие)
		практическое занятие	Понятийное поле имиджологии. Составляющие имиджа. Типология и функции профессионального имиджа
		практическое занятие	Сознательный и бессознательный уровни функционирования имиджа
2.	Реализация профессиональной имиджологии на предприятии	практическое занятие	Технологии профессионального имиджирования
		практическое занятие	Позиционирование: отбор, утрировка, перевод, вербализация, эмоционализация, мифологизация
		практическое занятие	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)
		практическое занятие	Индивидуальный имидж. Формирование профессионального имиджа HR-специалиста
		практическое занятие	Имидж, ориентированный на самоощущение, и имидж, ориентированный на восприятие. Я-концепция и Я-образ

** семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия

Иная контактная работа

При проведении учебных занятий СГЭУ обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Формы и методы проведения иной контактной работы приведены в Методических указаниях по основной профессиональной образовательной программе.

4.2.2 Самостоятельная работа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид самостоятельной работы ***
1.	Теоретические основы профессиональной имиджологии	- подготовка доклада - тестирование
2.	Реализация профессиональной имиджологии на предприятии	- подготовка доклада - тестирование

*** самостоятельная работа в семестре, написание курсовых работ, докладов, выполнение контрольных работ

5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Литература:

Основная литература

1. Семенова, Л. М. Имиджмейкинг : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 141 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11004-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/475643>

Дополнительная литература

1. Семенова, Л. М. Профессиональный имиджбилдинг на рынке труда : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 243 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11387-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/475396>

Литература для самостоятельного изучения

1. Ковальчук, А.С. Основы имиджологии 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
2. Горчакова, В.Г. Прикладная имиджология [Текст] : Учебное пособие / В. Г. Горчакова. - М. : Академический Проект, 2007. - 400с. - (Gaudeamus). - ISBN 978-5-8291-0824-3
3. Гупалов В.К. Управление рабочим временем на предприятии / В. К. Гупалов. - М.: Финансы и статистика, 1991. - 208с.
4. Кошлякова, М. О. Социальное пространство имиджа [Текст] : монография. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 152 с. (Научная мысль). - ISBN 978-5-16-006408-6
5. Этика деловых отношений [Текст] : учебник / Борисов В. К., Панина Е. М., Панов М. И. - МО. - М. : ФОРУМ-ИНФРА-М, 2008. - 176 с. ; (Профессиональное образование). - - ISBN 978-5-8199-0276-9
6. Перелыгина Е.Б. Психология имиджа : Учеб. пособие / Е. Б. Перелыгина. - МО. - М. : Аспект Пресс, 2002. - 223с

5.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Microsoft Windows 10 Education / Microsoft Windows 7 / Windows Vista Business
2. Office 365 ProPlus, Microsoft Office 2019, Microsoft Office 2016 Professional Plus (Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher) / Microsoft Office 2007 (Word, Excel, Access, PowerPoint)

5.3 Современные профессиональные базы данных, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия» - <http://www.gov.ru/>)
2. Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации в сети Интернет» (Официальный сайт Министерства труда и социальной защиты РФ - <https://rosmintrud.ru/ministry/programms/28>)
3. Профессиональная база данных «Официальная статистика» (Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - <http://www.gks.ru/>)

5.4. Информационно-справочные системы, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс»
2. Справочно-правовая система «ГАРАНТ-Максимум»

5.5. Специальные помещения

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования

Для проведения занятий лекционного типа используются демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия в виде презентационных материалов, обеспечивающих тематические иллюстрации.

6. Фонд оценочных средств по дисциплине Профессиональная имиджелогия:

6.1. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля	Отметить нужное знаком «+»
Текущий контроль	Оценка докладов	+
	Устный/письменный опрос	-
	Тестирование	+
	Практические задачи	-
	Оценка контрольных работ (для заочной формы обучения)	-
Промежуточный контроль	Зачет	+

Порядок проведения мероприятий текущего и промежуточного контроля определяется Методическими указаниями по основной профессиональной образовательной программе высшего образования, утвержденными Ученым советом ФГАОУ ВО СГЭУ №14 от 31.03.2021г.

**6.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
Общекультурные компетенции (ОК):**

ОК-7 - способностью к самоорганизации и самообразованию

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
Пороговый	ОК7з1: пути и средства профессионального самосовершенствования	ОК7у1: анализировать способности к самоорганизации	ОК7в1: приемами и методами самоорганизации
Повышенный	ОК7з2: закономерности профессионально-творческого и культурно-нравственного развития	ОК7у2: анализировать культурную, профессиональную и личностную информацию и использовать ее для повышения своей квалификации	ОК7в2: навыками организации самообразования, технологиями приобретения, использования и обновления социально-культурных, психологических, профессиональных знаний

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-4 - знанием основ социализации, профориентации и профессионализации персонала, принципов формирования системы трудовой адаптации персонала, разработки и внедрения программ трудовой адаптации и умение применять их на практике

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
Пороговый	ПК4з1: основы социализации, профориентации и профессионализации персонала	ПК4у1: анализировать социальную структуру и социальный потенциал трудового коллектива предприятия	ПК4в1: навыками социализации, профориентации и профессионализации персонала
Повышенный	ПК4з2: принципы формирования системы трудовой адаптации персонала; принципы проведения исследований удовлетворенности персонала работой в организации	ПК4у2: разрабатывать программы трудовой адаптации	ПК4в2: навыками формирования системы трудовой адаптации персонала, внедрения программ трудовой адаптации и применения их в практической деятельности

6.3. Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контролируемые планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по программе	Вид контроля/используемые оценочные средства	
			Текущий	Промежуточный
1.	Теоретические основы профессиональной имиджологии	ОК7з1, ОК7з2, ОК7у1, ОК7у2, ОК7в1, ОК7в2, ПК4з1, ПК4з2, ПК4у1, ПК4у2, ПК4в1, ПК4в2	Оценка докладов Тестирование	зачет
2.	Реализация профессиональной имиджологии на предприятии	ОК7з1, ОК7з2, ОК7у1, ОК7у2, ОК7в1, ОК7в2, ПК4з1, ПК4з2, ПК4у1, ПК4у2, ПК4в1, ПК4в2	Оценка докладов Тестирование	зачет

6.4.Оценочные материалы для текущего контроля

Примерная тематика докладов

Раздел дисциплины	Темы
Теоретические основы профессиональной имиджологии	<ol style="list-style-type: none"> 1. «Предмет и законы имиджологии. Имиджология в системе ИМК. 2. Основные понятия имиджологии. Имиджмейкинг, имиджбилдинг. 3. Имидж как система и процесс. Формирование имидж-модели. Проблемы практической реализации имидж-модели. 4. Структура имиджа. Структурный подход к формированию имиджа. 5. Типология имиджей. 6. Функции персонального имиджа. 7. Функции имиджа организации. 8. Анализ имиджа конкретного исторического лица (власть, политика, искусство). 9. Генезис деятельности по формированию имиджа. Анализ имиджа социально-исторического типа (фараон, свободный гражданин, монах, рыцарь, буржуа и т.п.). 10. Эстетический аспект имиджа. Специфика эстетического компонента в имиджевом решении. 11. Психологический аспект персонального имиджа. Условия и предпосылки формирования эффективного персонального имиджа. 12. Имидж делового человека. Проблемы формирования и поддержания персонального имиджа в бизнес-среде. 13. Проблема соотношения имиджевых и этикетных требований в бизнес-сфере. 14. Роль корпоративной культуры в формировании имиджа фирмы. 15. Имидж как объект моделирования. Алгоритмы формирования имиджа. 16. Визуальное, вербальное, событийное, контекстное измерения имиджа. 17. Инструментарий имиджологии. Типология средств создания имиджа. Условия и границы их применения и т.п. 18. Проблема соотношения субъекта и контекста в имиджевом решении. 19. Мифологизация как инструмент формирования имиджа (политика, шоу-бизнес, брендинг). 20. Роль стереотипов в создании и восприятии имиджа. 21. Проблема визуализации имиджа. 22. Роль цвета в создании имиджа. 23. Роль выразительных форм в создании имиджа. 24. Проблема оценки составляющих корпоративного имиджа.

	<p>25. Соотношение корпоративной философии и корпоративного имиджа: теоретический и прикладной аспекты.</p> <p>26. Социальный имидж организации.</p> <p>27. Бизнес-имидж организации.</p> <p>28. Образ российского бизнеса: пути становления и проблемы.</p>
Реализация профессиональной имиджелогии на предприятии	<p>1. Роль PR в формировании позитивного корпоративного имиджа.</p> <p>2. Имидж политика: теоретические проблемы, методы анализа.</p> <p>3. Соотношение общего и индивидуального в имидже политического лидера.</p> <p>4. Имидж в публичной политике.</p> <p>5. Роль аудитории (обратной связи с аудиторией) в формировании (управлении) имиджа.</p> <p>6. Проблемы создания и восприятия имиджа в шоу-бизнесе.</p> <p>7. Имидж творческого человека: необходимые элементы, стратегии продвижения.</p> <p>8. Имидж женщины (-политика, бизнес и т.п.).</p> <p>9. Имидж и мода. Имидж лидеров моды на разных исторических этапах.</p> <p>10. Корпоративный имидж: сущность, функции, структура, стратегия формирования.</p> <p>11. Корпоративный имидж и репутация.</p> <p>12. Социальный имидж организации: анализ конкретного примера.</p> <p>13. Имидж города (региона): определение необходимых элементов, закономерности их взаимодействия, соотношение стихийного и рационально-формируемого имиджей.</p> <p>14. Социокультурные составляющие имиджа современного российского города (архитектура, история, символика, реклама, организация пространства, экология и т.п.).</p> <p>15. Имидж специализированного издания (медиасобытия).</p> <p>16. Имидж в науке.</p> <p>17. Имидж культурно-образовательного учреждения (в рамках программы сотрудничества с музеями области).</p> <p>18. Имидж общественного (религиозного) движения.</p> <p>19. Роль имиджа в туристическом бизнесе.</p> <p>20. Управление имиджем (на примере организации или персоны).</p> <p>21. Сайт как средство формирования (управления) имиджа.</p> <p>22. Мониторинг сформированного имиджа. Пути и средства корректировки имиджа.</p> <p>23. Фирменный стиль как средство создания визуального имиджа организации.</p> <p>24. Пути и методы оптимизации текущего имиджа.</p> <p>25. Нейтрализация последствий воздействия «черного» PR средствами имиджбилдинга.</p> <p>26. Акция как средство управления имиджем. Методы разработки и реализации сценария акции.</p> <p>27. Имидж и образ: соотношение имиджмейкинга и рекламной деятельности.</p> <p>28. Этические и коммуникативные проблемы имиджмейкинга.</p>

Вопросы для устного/письменного опроса

Раздел дисциплины	Вопросы

Задания для тестирования по дисциплине для оценки сформированности компетенций размещены в ЭИОС СГЭУ, <https://lms2.sseu.ru/course/index.php?categoryid=514>

Понятие «имидж» ввели в обиход Зигмунд Фрейд в _____. Он издавал журнал с одноименным названием, а в результате понятие «имидж» перестало быть только психологическим термином, но широко в оборот он не вошло.

- в начале XX века
- 30-е годы XX века
- 60-е годы XX века
- 90-е годы XX века.

В деловой оборот термин «имидж» ввёл американский экономист Кеннет Болдуинг в _____

- в начале XX века
- 30-е годы XX века
- 60-е годы XX века
- 90-е годы XX века.

В России понятие «имидж» широко вошёл в практику в:

- в начале XX века
- 30-е годы XX века
- 60-е годы XX века
- 90-е годы XX века.

_____ – это наука о построении имиджа, выделяющая основные аспекты обаятельного облика.

Профессиональная _____ – это новая научно-прикладная дисциплина, возникающая на стыке психологии, социологии, философии, культурологии, костюмологии и ряда других наук.

_____ изучает закономерности формирования, функционирования и управления имиджем человека, организации, товара и услуги, раскрывает общее, особенное и единичное в онтологии всех видов имиджей, т. о., _____ есть комплекс знаний и учений о создании управляемого образа предмета, человека или организации; наука об эффективном управлении образом объекта.

Имиджелогия имеет явно выраженные практико-ориентированные направления (убери лишнее):

- имидждиагностика
- имиджконсультирование
- имиджпрогнозирование
- имиджмейкинг (технологии построения и управления имиджем),
- имиджпрогностика

В то же время существуют следующие теоретические ответвления имиджелогии (убери лишнее):

- консультационная
- историческая
- персональная
- корпоративная
- профессиональная
- гендерная
- семейная
- политическая
- реабилитационная

Имиджелогия применяет различные научные методы познания (убери лишний):

- статистика
- наблюдение
- эксперимент
- сравнение
- идеализацию
- формализацию

- моделирование
- дедукцию
- индукцию
- анализ
- синтез

Конкретные науки в области имиджелогии (убери лишнюю):

- имиджелогия личности (политический, общественный деятель, руководитель организации, работники искусства, науки, военный, студент и др.)
- имиджелогия общественных структур, ячеек общества (семья, партия, общественная организация, этнос и др.)
- имиджелогия корпораций (предприятия, фонды, банки и др.)
- имиджелогия территорий (государство, регион, ареал и др.)
- имиджелогия товара, предмета, услуги (предметные и системные качества)
- имиджелогия сфер общества (наука, культура, искусство, литература и др.)
- экспериментальная имиджелогия
- имиджелогия идеальных структур (бренд, торговая марка, религия и др.)

Имидж – это впечатление, создаваемое на некотором уровне абстракции. Можно выделить, как минимум, три уровня абстракции, которые отражают степень полноты впечатления (убери лишний):

- высокий уровень полноты впечатления
- средний уровень
- глубинный уровень
- низкий уровень

Имиджирование – ряд преднамеренно выстроенных моделей поведения. Это слова:

- Ж. Тедеш и М. Риеса
- Э. Гоффмана
- В.М. Шепеля

Понятие _____ происходит от английского слова «самоподача», то есть представление себя другим людям.

Впервые анализ проблемы управления впечатлением о себе встречается в работах _____, выдвинувшего концепцию «социальной драматургии».

- Ж. Тедеш и М. Риеса
- В.М. Шепеля
- Д. Майерсом
- Е.Л. Доценко
- Э. Гоффмана

В английском энциклопедическом словаре _____ дословно обозначает «управление впечатлением о себе у других людей с помощью бесчисленных стратегий поведения, заключающихся в предъявлении своего внешнего образа другим людям».

_____ создали опросник для диагностики «самосознания» как личностной черты и назвали его Шкалой Самосознания.

- Ж. Тедеш и М. Риеса
- В.М. Шепеля
- Д. Майерсом
- Е.Л. Доценко
- Э. Гоффмана
- А. Фенигстейн, М. Шериф и А. Басс

На основании факторного анализа (с помощью Шкалы Самосознания) были выделены три аспекта самосознания:

- личное самосознание
- коллективное самосознание
- публичное самосознание
- социальная тревога

_____ самосознание – включает пункты, которые обращают внимание на собственные реальные чувства.

_____ самосознание – связано с интересом к себе как к социальному объекту (то, что Р.А. Викланд обозначил «объективным самосознанием»)

Социальная _____ – отражает свойство человека теряться вследствие социального внимания.

_____ называл людей, обращающих большое внимание на впечатление, которое они производят на других, склонными к самомониторингу (self-monitors). Самомониторинг – важное качество, отличающее людей друг от друга.

- Ж. Тедеси и М. Риеса
- В.М. Шепель
- Д. Майерс
- Е.Л. Доценко
- Э. Гоффман
- А. Фенигштейн, М. Шериф и А. Басс
- Р.А. Викланд
- Марк Снайдер

_____ (от англ, fascination – очарование, обаяние) связана с речевым, словесным воздействием, при котором минимизируются потери информации, возбуждаются внимание и интерес.

Практические задачи (min 20, max 50 + ссылку на ЭИОС с электронным изданием, если имеется)

Раздел дисциплины	Задачи

Тематика контрольных работ

Раздел дисциплины	Темы

6.5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации

Фонд вопросов для проведения промежуточного контроля в форме зачета

Раздел дисциплины	Вопросы
Теоретические основы профессиональной имиджологии	<ol style="list-style-type: none"> 1. Наука об имидже как отрасль знаний. Понятие «имиджология», «имидж», функции и особенности имиджа 2. Сущность и атрибуты имиджа 3. Имидж, как социальный стереотип, виды стереотипов 4. Эффекты восприятия в построении имиджа 5. Виды имиджа. 6. Глубинные характеристики имиджа 7. Проблема эффективности имиджа. Роль имиджа в коммуникации 8. Типичные ошибки при формировании профессионального имиджа 9. Понятие «самопрезентация» 10. Использование имиджевых эффектов в управлении впечатлениями

	<ol style="list-style-type: none"> 11. Этапы управления профессиональным имиджем 12. Стратегии управления профессиональным имиджем 13. Инструментарий имиджологии (позиционирование, манипулирование, мифологизация и эмоционализация, вербализация и детализация, формат, замена целей, визуализация) 14. Использование инструментария имиджологии. 15. Имидж в разных контекстах (имидж бизнеса, имидж организации, имидж специалиста) 16. Факторы, способствующие росту положительного имиджа. 17. Структура имиджа компании. 18. Имидж как основа личности 19. типы и типология имиджей 20. Особенности коммуникативного взаимодействия. Имиджевые коммуникации 21. Принципы и технологии построения имиджа 22. Взаимосвязь менталитета и имиджа
Реализация профессиональной имиджологии на предприятии	<ol style="list-style-type: none"> 1. Индивидуальный имидж 2. Профессиональный имидж 3. Средовый имидж и принципы его формирования 4. Габитарный имидж 5. Вербальный имидж и его роль 6. Кинетический имидж 7. Стереотипы и их роль в создании имиджа. 8. Составляющие имиджа специалиста. 9. Структура имиджа и его составляющие 10. Формы и методы создания имиджа специалиста. 11. Имидж и социальный стереотип. 12. Понятие об имидже. Имидж как единица символического мира. 13. Форма и содержание имиджа. 14. Имидж как часть профессионального успеха. Основные характеристики процесса управления имиджем. 15. Имидж и карьера 16. Визуальная составляющая имиджа 17. Визуальный образ: сущность, принципы формирования позитивного визуального образа и стиля специалиста 18. Аудиальная составляющая имиджа 19. Сущность, принципы формирования позитивного аудиального образа специалиста 20. Эффективность имиджирования 21. Оценка эффективности использования имиджирования

6.6. Шкалы и критерии оценивания по формам текущего контроля и промежуточной аттестации

Шкала и критерии оценивания

Оценка	Критерии оценивания для мероприятий контроля с применением 2-х балльной системы
«зачтено»	ОК7з1, ОК7у1, ОК7в1, ПК4з1, ПК4у1, ПК4в1
«не зачтено»	Результаты обучения не сформированы на пороговом уровне