АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.01
«Основы имиджелогии»

Объем трудоемкости: *2 зачетные единицы (72 часа, из них – 10,2 контактных часов: лекционных 4 ч., практических 6 ч.; 58 часов самостоятельной работы; 3,8 часа контроль, ИКР 0,2 ч.)*

Цель дисциплины:

Основной целью преподавания курса «Основы имиджелогии» является формирование у студентов теоретических знаний об имиджелогии, навыков управления персональным, политическим и корпоративным имиджем в различных областях общественно-экономической деятельности.

Задачи дисциплины

Достижение поставленной цели обеспечивается путем решения следующих задач:

- изучается история имиджелогии как самостоятельной научно-прикладной дисциплины;
- выявляется роль имиджелогии в современном обществе;
- рассматриваются основные концепции имиджелогии, содержащие базовые понятия;
- изучается структура имиджа, его составляющие;
- изучаются современные типологии имиджа;
- Рассматриваются функции и значения имиджа;
- изучается инструментарий имиджелогии и методики его использования;
- раскрываются имиджевые стратегии;
- рассматриваются контексты имиджеологии;
- описываются теоретические аспекты самопрезентации и принципы имиджирования;
- формируются навыки использования технологий имиджирования в области персональной имиджелогии;
- формируются навыки создания и управления политическим и корпоративным имиджем.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Данная учебная дисциплина входит в раздел **Б1.В.01** «Профессиональный цикл. Вариативная часть» ФГОС по направлению подготовки ВПО 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (баклавриат).

Курс «Основы имиджелогии» опирается на знания, полученные при изучении дисциплин «Основы теории коммуникации», «Основы интегрированных коммуникаций», «Технологии в рекламе связях с общественностью». Не дублируя теоретические положения предыдущих курсов, изучение направлено на определение задач размещения рекламы, повышение эффективности управления потоками рекламной информации.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины «Основы имиджелогии» направлен на формирование следующих компетенций:

- способность к самоорганизации и самообразованию ***(ОК-7);***
- способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации ***(ПК-6)***.

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			Знать	**уметь**	**Владеть**
1.	**ОК 7**	способностью к самоорганизации и самообразованию	***знать*** многообразие процессов управления в современных организациях	***уметь*** ориентироваться в соотношении административных, правовых и экономических методов управления хозяйственной и коммуникационной деятельностью; применять правовое содержание процедур управления организацией и коммуникационной деятельностью;	***владеть*** навыками планирования и контроля организационных процессов
2.	**ПК 6**	способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	***знать*** специфику участия в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации	***уметь*** генерировать внедрять процессы внутренней и внешней коммуникативной среды	***владеть*** навыками обеспечения внутренней и внешней коммуникации, участия в создании коммуникативной инфраструктуры

Основные разделы дисциплины:

Разделы дисциплины, изучаемые в 3 семестре *(для студентов ЗФО)*

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Введение в имиджелогию	12	1	1	-	10
2.	Основы имиджелогии	12	1	1	-	10
3.	Инструментарий имиджелогии	12	1	1	-	10
4.	Методики использования инструментария имиджелогии	12	1	1	-	10

5.	Имиджевые стратегии; составление и анализ имиджевой кампании	11	-	1	-	10
6.	Манипуляции с имиджем. *Итоговое занятие*	9	-	1	-	8
	Итого по дисциплине:		4	6	-	58

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Вылегжанин, Д.А. Теория и практика PR [Электронный ресурс] : учебное пособие / Д.А. Вылегжанин. — Электрон. дан. — Москва : ФЛИНТА, 2014. — 371 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/51789. — Загл. с экрана.
2. Минаева, Л.В. Внутрикорпоративные связи с общественностью. Теория и практика [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л.В. Минаева. — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2010. — 287 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/68859. — Загл. с экрана.

Автор РПД: канд.филол. наук, доц. Немец Г.Н.