Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет журналистики

УТВЕРЖДАЮ:
Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор

_____ Хагуров Т.А.
подпись

«27» апреля 2018 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Б1.В.01 ОСНОВЫ ИМИДЖЕЛОГИИ

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность 42.03.01 реклама и связи с общественностью

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль) / специализация реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления

(наименование направленности (профиля) специализации)

Программа подготовки прикладная

(академическая /прикладная)

Форма обучения заочная

(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2018

Рабочая программа дисциплины Б1.В.01 Основы имиджелогии составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.01 реклама и связи с общественностью

Программу составил(и):
Г.Н. Немец, доц., канд. филол. наук, доц.
И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание _____ подпись

Рабочая программа дисциплины Б1.В.01 Основы имиджелогии утверждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью
протокол № 10 «09» апреля 2018 г.
И.о. заведующего кафедрой
рекламы и связей с общественностью Патюкова Р.В. _____
фамилия, инициалы подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью
протокол № 10 «09» апреля 2018 г.

И.о. заведующего кафедрой
рекламы и связей с общественностью Патюкова Р.В. _____
фамилия, инициалы подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики
протокол № 15-18 «25» апреля 2018 г.
Председатель УМК факультета Хлопунова О.В. _____
фамилия, инициалы подпись

Рецензенты:

Ю.В. Лучинский, доктор филологических наук, проф., зав. кафедры истории и правового регулирования массовых коммуникаций ФГБОУ ВО «КубГУ»

М.В. Адамова, первый заместитель главного редактора краевой газеты «Кубань Сегодня»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 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.

1.2 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.

1.3 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.

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

№ 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	-понятие о сферах личности (познавательной, поведенческой -понятие	- планировать ход реализации поставленных целей и их	- системой понятий, характеризующих личность -анализом самоанализом

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
			деятельности и ее роли в формировании личности -специфику и методы изучения личности -особенности коррекции и саморазвития.	результаты - адекватно оценивать результаты деятельности и вносить коррективы в процессе деятельности	свойств личности и методами самокоррекции -пособностью к амопознанию ,саморегуляции и саморазвитию -системой мотивов саморазвития
2.	ПК-6	способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренне и внешней коммуникации	***знать*** специфику участия в создании коммуникативной инфраструктуры организации, обеспечении внутрненней и внешней коммуникации	***уметь*** принимать участие в коммуникационных мероприятиях предприятия	***владеть*** навыками обеспечения внутренней и внешней коммуникации организации

2. Структура и содержание дисциплины.

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зач.ед. (72 часа), их распределение по видам работ представлено в таблице *(для студентов ЗФО).*

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры (часы)			
		3			
Контактная работа, в том числе:					
Аудиторные занятия (всего):	**10**	**10**	-	-	-
Занятия лекционного типа	4	4	-	-	-
Лабораторные занятия	-	-	-	-	-
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)	6	6	-	-	-
КСР	-	-	-	-	-
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2	0,2	-	-	-
Самостоятельная работа, в том числе:	**58**	**58**			
Курсовая работа – не предусмотрено	-	-	-	-	-
Проработка учебного (теоретического материала)	29	29	-	-	-
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка	6	6	-	-	-

сообщений, презентаций)						
Реферат		4	4	-	-	-
Подготовка к текущему контролю		19	19	-	-	-
Контроль:		**3,8**	**3,8**			
Подготовка к экзамену						
Общая трудоемкость	**час.**	**72**	**72**	-	-	-
	в том числе контактная работа	**10,2**	**10,2**	-	-	-
	зач. ед	**2**	**2**	-	-	-

2.2 Структура 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

2.3 Содержание разделов дисциплины:

2.3.1 Занятия лекционного типа

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1	Введение в имиджелогию	Имидж как научное понятие. Становление теории имиджелогии и ее современные концепции. Имидж как составляющая современной цивилизации. Имидж как синтез реальности и символизма.	Конспект лекции
2	Основы имиджелогии	Структура имиджа и его составляющие. Современные типологии имиджа: спонтанный, развиваемый, деформированный, эталонный имидж.	Конспект лекции

		Функции имиджа. Значения имиджа.	
3	Инструментарий имиджелогии	Позиционирование: трансформация, утрировка, перевод. Манипулирование, мифологизация, эмоционализация. Формат, вербализация, детализация. Акцентирование информации. Архаизация, дистанцирование, визуализация. Замена целей, подача противоречивых сигналов. Метафоризация. Опрос общественного мнения. Внедрение моделей восприятия.	Конспект лекции
4	Методики использования инструментария имиджелогии	Модели визуальной коммуникации: М.Маклюэна, Р.Арнхейма, П.Флоренского, Ю.Лотмана, К.Метца, Дж.Фиске, Б.Успенского, Р.Барта, У.Эко. Перформанс; приемы работы с массовой аудиторией. Психология выбора. Фейсбилдинг - методика и технология осознанного использования выразительности лица в межперсональном общении. Жест как невербальный вариант коммуникации.	Конспект лекции

2.3.2 Занятия семинарского типа

№	Наименование раздела	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1	Введение в имиджелогию	Имидж как научное понятие. Становление теории имиджелогии и ее современные концепции. Имидж как составляющая современной цивилизации. Имидж как синтез реальности и символизма.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
2	Основы имиджелогии	Структура имиджа и его составляющие. Современные типологии имиджа: спонтанный, развиваемый, деформированный, эталонный имидж.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат

		Функции имиджа. Значения имиджа.	
3	Инструментарий имиджелогии	Позиционирование: трансформация, утрировка, перевод. Манипулирование, мифологизация, эмоционализация. Формат, вербализация, детализация. Акцентирование информации. Архаизация, дистанцирование, визуализация. Замена целей, подача противоречивых сигналов. Метафоризация. Опрос общественного мнения. Внедрение моделей восприятия.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
4	Методики использования инструментария имиджелогии	Модели визуальной коммуникации: М.Маклюэна, Р.Арнхейма, П.Флоренского, Ю.Лотмана, К.Метца, Дж.Фиске, Б.Успенского, Р.Барта, У.Эко. Перформанс; приемы работы с массовой аудиторией. Психология выбора. Фейсбилдинг - методика и технология осознанного использования выразительности лица в межперсональном общении. Жест как невербальный вариант коммуникации.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
5	Имиджевые стратегии; составление и анализ имиджевой кампании	Понятие стратегии, стратегического управления. Определение требований аудитории. Определение сильных и слабых сторон объекта. Конструирование образа и подведение характеристик под требования аудитории. Перевод требуемых характеристик объекта в вербальную, визуальную и событийную составляющую имиджа.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
6	Манипуляции с имиджем	Создание позитивного имиджа: аттракция, импонирование, гармоника, гармония. Создание негативного имиджа. Создание имиджевых сообщений, не соответствующих действительности.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат

2.3.3 Лабораторные занятия - не предусмотрены

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ – не предусмотрена

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1.	Самостоятельная проработка теоретического материала	Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2017 Сальникова, Л. С. Деловая репутация: как создать и укрепить [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л. С. Сальникова. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 271 с. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=435631. Селентьева, Д. О. Политическая имиджелогия [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Селентьева Д. О. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Юрайт, 2018. - 193 с. - https://biblio-online.ru/book/C82E3033-64F3-4B2D-B3CA-41CE590459E6/politicheskaya-imidzhelogiya. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. - М. : Юрайт, 2017. - 552 с. - https://biblio-online.ru/book/C22451DB-704D-4373-87DC-32CA2CE273BF. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов / Чумиков, А.Н. - М. : Аспект Пресс, 2016. - 159 с. - https://e.lanbook.com/book/97267. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - Москва : Дашков и К°, 2016. - 324 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=453044&sr=1. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 270 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/93478.
2.	Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)	Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2017 Сальникова, Л. С. Деловая репутация: как создать и укрепить [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л. С. Сальникова. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 271 с. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=435631. Селентьева, Д. О. Политическая имиджелогия [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Селентьева Д. О. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Юрайт, 2018. - 193 с. - https://biblio-online.ru/book/C82E3033-64F3-4B2D-B3CA-41CE590459E6/politicheskaya-imidzhelogiya. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью

		[Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. - М. : Юрайт, 2017. - 552 с. - https://biblio-online.ru/book/C22451DB-704D-4373-87DC-32CA2CE273BF. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов / Чумиков, А.Н. - М. : Аспект Пресс, 2016. - 159 с. - https://e.lanbook.com/book/97267. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - Москва : Дашков и К°, 2016. - 324 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=453044&sr=1. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 270 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/93478.
3.	Реферат	Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2017 Сальникова, Л. С. Деловая репутация: как создать и укрепить [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л. С. Сальникова. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 271 с. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=435631. Селентьева, Д. О. Политическая имиджелогия [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Селентьева Д. О. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Юрайт, 2018. - 193 с. - https://biblio-online.ru/book/C82E3033-64F3-4B2D-B3CA-41CE590459E6/politicheskaya-imidzhelogiya. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. - М. : Юрайт, 2017. - 552 с. - https://biblio-online.ru/book/C22451DB-704D-4373-87DC-32CA2CE273BF. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов / Чумиков, А.Н. - М. : Аспект Пресс, 2016. - 159 с. - https://e.lanbook.com/book/97267. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - Москва : Дашков и К°, 2016. - 324 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=453044&sr=1. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 270 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/93478.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:
– в печатной форме увеличенным шрифтом,
– в форме электронного документа,
Для лиц с нарушениями слуха:
– в печатной форме,
– в форме электронного документа.
Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
– в печатной форме,
– в форме электронного документа.
Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии

Для развития и формирования профессиональных навыков студентов в процессе освоения дисциплины предусмотрены традиционные лекции, практические занятия, самостоятельные работы по основным темам курса.

В соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью реализация компетентного подхода должна предусматривать использование в учебном процессе интерактивных форм проведения занятий, в сочетании с внеурочной работой с целью формирования и развития требуемых компетенций обучающихся. В рамках данного курса используется такая интерактивная форма проведения занятий как подготовка рефератов.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущей аттестации

4.1.1 Примерная тематика семинарских занятий:

Тема: Введение в имиджелогию

Вопросы для подготовки:

1. Имидж как научное понятие.
2. Становление теории имиджелогии и ее современные концепции.
3. Имидж как составляющая современной цивилизации.
4. Имидж как синтез реальности и символизма.

4.1.2 Примерные темы рефератов:

1. Имиджелогия и философия.
2. Имиджелогия и психология.
3. Имиджелогия и культурология.
4. Имиджелогия и политология.
5. Имидж как основа имиджелогии.
6. Позиционирование как инструмент имиджелогии.
7. Манипулирование, вербализация, детализация как инструменты имиджелогии.

8. Миф и имидж –общее и уникальное.
9. Функции имиджа.
10. Формирование имиджа в экономической сфере.
11. Формирование имиджа в политической сфере.
12. Вербальная и невербальная коммуникация.
13. Физиогномика. Цветовая гамма.
14. Управление корпоративным имиджем.
15. Имидж продукта.
16. Имидж как политическая категория.
17. Имиджи советской и постсоветской истории.
18. Имидж в структуре мира.
19. Типы и управление имиджем.
20. Стратегия управления корпоративной информацией на основе современных коммуникативных технологий.
21. Роль в имиджелогии массовой психологии.
22. Переход от имиджа к мифу, процессы столкновения мифов.
23. Позиционирование как инструмент имиджевой коммуникации.
24. Манипулирование как способ коммуникативного воздействия.
25. Эмоционализация как составляющая коммуникативного воздействия.
26. Формат как процессы создания выгодных контекстов.
27. Визуализация как важная особенность имиджелогии.
28. Комплексное применение инструментария имиджелогии.
29. "Периодическая система" имиджелогии.
30. "Четырехтактная" модель имиджевой кампании.
31. Роль и место политических консультантов в структуре предвыборной кампании на субъектном уровне.
32. Основные факторы формирования политического имиджа в России.
33. Роль СМИ в выборных кампаниях на субъектом уровне в РФ.
34. Специфика формирования политического имиджа.
35. Имиджи политиков и политических партий.
36. Пути построения политического имиджа.
37. Основные социально-психологические функции массовой коммуникации, влияющие на формирование имиджа политика.
38. Группы черт политика, входящие в структуру имиджа.
39. Субъект-субъектное взаимодействие в политических коммуникациях.
40. Роль внешнего облика политика в восприятии его политического имиджа.

4.2 Фонд оценочных средств для проведения аттестации.

Контрольные вопросы для промежуточной формы контроля (зачет)

1. Имидж как научное понятие.
2. Становление теории имиджелогии и ее современные концепции.
3. Имидж как составляющая современной цивилизации.
4. Имидж как синтез реальности и символизма.
5. Структура имиджа и его составляющие.
6. Современные типологии имиджа: спонтанный, развиваемый, деформированный, эталонный имидж.
7. Функции имиджа.
8. Значения имиджа.
9. Позиционирование: трансформация, утрировка, перевод.
10. Манипулирование, мифологизация, эмоционализация.

11. Формат, вербализация, детализация.
12. Акцентирование информации.
13. Архаизация, дистанцирование, визуализация.
14. Замена целей, подача противоречивых сигналов.
15. Метафоризация.
16. О5прос общественного мнения.
17. Вн6едрение моделей восприятия.
18. Модели визуальной коммуникации: М.Маклюэна, Р.Арнхейма, П.Флоренского, Ю.Лотмана, К.Метца, Дж.Фиске, Б.Успенского, Р.Барта, У.Эко.
19. Модель визуальной коммуникации М.Маклюэна.
20. Модель визуальной коммуникации Р.Арнхейма.
21. Модель визуальной коммуникации П.Флоренского.
22. Модель визуальной коммуникации Ю.Лотмана.
23. Модель визуальной коммуникации К.Метца.
24. Модель визуальной коммуникации Дж.Фиске.
25. Модель визуальной коммуникации Б.Успенского.
26. Модель визуальной коммуникации Р.Барта.
27. Модель визуальной коммуникации У.Эко.
28. Перформанс; приемы работы с массовой аудиторией.
29. Психология выбора.
30. Фейсбилдинг - методика и технология осознанного использования выразительности лица в межперсональном общении.
31. Жест как невербальный вариант коммуникации.
32. Понятие стратегии, стратегического управления.
33. Определение требований аудитории.
34. Определение сильных и слабых сторон объекта.
35. Конструирование образа и подведение характеристик под требования аудитории.
36. Перевод требуемых характеристик объекта в вербальную, визуальную и событийную составляющую имиджа.
37. Создание позитивного имиджа: аттракция, импонирование, гармоника, гармония.
38. Создание негативного имиджа.
39. Создание имиджевых сообщений, не соответствующих действительности.
40. Феномен имиджа в истории и культуре.

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания на зачете

Студенты обязаны сдать зачет в соответствии с расписанием и учебным планом. Зачет является формой контроля усвоения студентом учебной программы по дисциплине или ее части, выполнения практических, контрольных, реферативных работ.

Результат сдачи зачета по прослушанному курсу должны оцениваться как итог деятельности студента в семестре, а именно - по посещаемости лекций, результатам работы на практических занятиях, выполнения самостоятельной работы. При этом допускается на очной форме обучения пропуск не более 20% занятий, с обязательной отработкой пропущенных семинаров. Студенты, у которых количество пропусков, превышает установленную норму, не выполнившие все виды работ и неудовлетворительно работавшие в течение семестра, проходят собеседование с преподавателем, который опрашивает студента на предмет выявления знания основных положений дисциплины.

Критерии оценки:

- оценка «зачтено»: студент владеет теоретическими знаниями по данному разделу, допускает незначительные ошибки; студент умеет правильно объяснять материал, иллюстрируя его примерами.

- оценка «не зачтено»: материал не усвоен или усвоен частично, студент затрудняется привести примеры, довольно ограниченный объем знаний программного материала.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

– в печатной форме увеличенным шрифтом,

– в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

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

5.1 Основная литература:

1. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 270 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/93478.

2. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов / Чумиков, А.Н. - М. : Аспект Пресс, 2016. - 159 с. - https://e.lanbook.com/book/97267.

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах «Лань» и «Юрайт».

5.2 Дополнительная литература:

1. Селентьева, Д. О. Политическая имиджелогия [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Селентьева Д. О. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Юрайт, 2018. - 193 с. - https://biblio-online.ru/book/C82E3033-64F3-4B2D-B3CA-41CE590459E6/politicheskaya-imidzhelogiya.
2. Сальникова, Л. С. Деловая репутация: как создать и укрепить [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л. С. Сальникова. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 271 с. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=435631.
3. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. - М. : Юрайт, 2017. - 552 с. - https://biblio-online.ru/book/C22451DB-704D-4373-87DC-32CA2CE273BF.
4. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - Москва : Дашков и К°, 2016. - 324 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=453044&sr=1.

5.3. Периодические издания:

1. Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика – URL: http://www.journ.msu.ru/science/pub/msu-bulletin/
2. Медиакоммуникация. Научный вестник Кубанского государственного университета – URL: http://search.rsl.ru/en/record/01008481880

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс» (http://www.consultant.ru)
2. Портал открытых данных Российской Федерерации https://data.gov.ru
3. База открытых данных Министерства труда и социальной защиты РФ https://rosmintrud.ru/opendata
4. База данных Научной электронный библиотеки eLIBRARY.RU https://elibrary.ru/
5. База данных Всероссийского института научной и технической информации (ВИНИТИ) РАН http://www2.viniti.ru/
6. Базы данных в сфере интеллектуальной собственности, включая патентные базы данных www.rusnano.com

Базы данных и аналитические публикации «Университетская информационная система РОССИЯ» https://uisrussia.msu.ru/

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Предполагает изучение литературы по курсу и подготовку практических заданий, подготовку к сдаче зачета и экзамена. Программа самостоятельного изучения курса обеспечена методическими материалами – Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2017

Лекционные занятия (Л).

Лекции являются аудиторными занятиями, которые рассчитаны на максимальное использование творческого потенциала слушателей. Вузовская лекция – главное звено дидактического цикла обучения. Её цель – формирование у обучающихся ориентировочной основы для последующего усвоения материала методом самостоятельной работы.

Содержание лекции должно отвечать следующим дидактическим требованиям: – изложение материала от простого к сложному, от известного к неизвестному; – логичность,

четкость и ясность в изложении материала; – возможность проблемного изложения, дискуссии, диалога с целью активизации деятельности обучающихся в ходе лекции; – опора смысловой части лекции на подлинные факты, события, явления, статистические данные; – тесная связь теоретических положений и выводов с практикой и будущей профессиональной деятельностью обучающихся; – научность и информативность (современный научный уровень), доказательность и аргументированность, наличие достаточного количества ярких, убедительных примеров, фактов, обоснований, документов и научных доказательств; – активизация мышления слушателей, постановка вопросов для размышления, четкая структура и логика раскрытия последовательно излагаемых вопросов; – разъяснение вновь вводимых терминов и названий, формулирование главных мыслей и положений, подчеркивание выводов, повторение их; – эмоциональность формы изложения, доступный и ясный язык.

Практические занятия (ПЗ).

Практические занятия являются также аудиторными, проводятся в виде семинаров по заранее известным темам и предполагают не только обязательную предварительную подготовку, но и активное включение в семинар с помощью современных методов обучения. Они предназначены для более глубокого изучения определенных аспектов лекционного материала и обучения решению проблемных вопросов на практике.

Данный вид занятий предназначены для проведения текущего контроля успеваемости студентов, а также контроля самостоятельной (внеаудиторной) работы в форме опросов, оценки рефератов. Время на подготовку к семинарским занятиям предоставляется студенту в соответствии графиком самостоятельной работы.

Методические указания к самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов). Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности.

Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня. В процессе самостоятельной работы студент приобретает навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Выполняя самостоятельную работу под контролем преподавателя, студент должен:

- освоить минимум содержания, выносимый на самостоятельную работу студентов и предложенный преподавателем в соответствии с Государственными образовательными стандартами высшего профессионального образования по данной дисциплине.
- планировать самостоятельную работу в соответствии с графиком самостоятельной работы, предложенным преподавателем.
- самостоятельную работу студент должен осуществлять в организационных формах, предусмотренных учебным планом и рабочей программой преподавателя.
- выполнять самостоятельную работу и отчитываться по ее результатам в соответствии с графиком представления результатов, видами и сроками отчетности по самостоятельной работе студентов.

Студент может: сверх предложенного преподавателем (при обосновании и согласовании с ним) и минимума обязательного содержания, определяемого ФГОС ВО по данной дисциплине:

- самостоятельно определять уровень (глубину) проработки содержания материала;
- предлагать дополнительные темы и вопросы для самостоятельной проработки;

- в рамках общего графика выполнения самостоятельной работы предлагать обоснованный индивидуальный график выполнения и отчетности по результатам самостоятельной работы;
- предлагать свои варианты организационных форм самостоятельной работы;
- использовать для самостоятельной работы методические пособия, учебные пособия, разработки сверх предложенного преподавателем перечня;
- использовать не только контроль, но и самоконтроль результатов самостоятельной работы в соответствии с методами самоконтроля, предложенными преподавателем или выбранными самостоятельно.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, она планируется студентом самостоятельно. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

К формам самостоятельной работы относится написание рефератов. Выполнение индивидуальных занятий не является аудиторным. Самостоятельная работа является внеаудиторной и предназначена для самостоятельного ознакомления студента с определенными разделами курса по рекомендованным преподавателем источникам.

Самостоятельная работа студента предполагает различные формы индивидуальной учебной деятельности. Выбор видов самостоятельной работы определяется индивидуально-личностным подходом к обучению совместно преподавателем и студентом.

Методические указания, рекомендации и требования по подготовке реферата.

Реферат (Р) – письменная работа объемом 10-18 печатных страниц, выполняемая студентом в течение длительного срока (от одной недели до месяца), краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников

Реферат должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу. Реферат отвечает на вопрос - что содержится в данной публикации (публикациях). В настоящее время, помимо реферирования прочитанной литературы, от студента требуется аргументированное изложение собственных мыслей по рассматриваемому вопросу. Тему реферата может предложить преподаватель или сам студент, в последнем случае она должна быть согласованна с преподавателем. В реферате нужны развернутые аргументы, рассуждения, сравнения. Материал подается не столько в развитии, сколько в форме констатации или описания.

Содержание реферируемого произведения излагается объективно от имени автора. Если в первичном документе главная мысль сформулирована недостаточно четко, в реферате она должна быть конкретизирована и выделена.

К основным функциям реферата следует отнести: информативную (ознакомительную); поисковую; справочную; сигнальную; индикативную; адресную коммуникативную. Степень выполнения этих функций зависит от содержательных и формальных качеств реферата, а также от того, кто и для каких целей их использует.

Требования к языку реферата: он должен отличаться точностью, краткостью, ясностью и простотой.

Структура реферата:

Титульный лист. После титульного листа на отдельной странице следует оглавление (план, содержание), в котором указаны названия всех разделов (пунктов плана) реферата и номера страниц, указывающие начало этих разделов в тексте реферата.

После оглавления следует введение. Объем введения составляет 1,5-2 страницы.

Основная часть реферата может иметь одну или несколько глав, состоящих из 2-3 параграфов (подпунктов, разделов) и предполагает осмысленное и логичное изложение главных положений и идей, содержащихся в изученной литературе. В тексте обязательны

ссылки на первоисточники. В том случае если цитируется или используется чья-либо неординарная мысль, идея, вывод, приводится какой-либо цифрой материал, таблицу - обязательно сделайте ссылку на того автора у кого вы взяли данный материал.

Заключение содержит главные выводы, и итоги из текста основной части, в нем отмечается, как выполнены задачи и достигнуты ли цели, сформулированные во введении.

Библиография (список литературы) здесь указывается реально использованная для написания реферата литература.

Общие требования к тексту. Текст реферата должен подчиняться определенным требованиям: он должен раскрывать тему, обладать связностью и цельностью.

Раскрытие темы предполагает, что в тексте реферата излагается относящийся к теме материал и предлагаются пути решения содержащейся в теме проблемы; связность текста предполагает смысловую соотносительность отдельных компонентов, а цельность - смысловую законченность текста.

План реферата. Изложение материала в тексте должно подчиняться определенному плану – мыслительной схеме, позволяющей контролировать порядок расположения частей текста.

Требования к введению. Введение – начальная часть текста. Оно имеет своей целью сориентировать читателя в дальнейшем изложении. Во введении аргументируется актуальность исследования, – т.е. выявляется практическое и теоретическое значение данного исследования. Далее констатируется, что сделано в данной области предшественниками; перечисляются положения, которые должны быть обоснованы. Введение может также содержать обзор источников или экспериментальных данных, уточнение исходных понятий и терминов, сведения о методах исследования. Во введении обязательно формулируются цель и задачи реферата. Объем введения - в среднем около 10% от общего объема реферата.

Основная часть реферата раскрывает содержание темы. Она наиболее значительна по объему, наиболее значима и ответственна. В ней обосновываются основные тезисы реферата, приводятся развернутые аргументы, предполагаются гипотезы, касающиеся существа обсуждаемого вопроса. Важно проследить, чтобы основная часть не имела форму монолога. Аргументируя собственную позицию, можно и должно анализировать, и оценивать позиции различных исследователей, с чем-то соглашаться, чему-то возражать, кого-то опровергать. Установка на диалог позволит избежать некритического заимствования материала из чужих трудов - компиляции. Изложение материала основной части подчиняется собственному плану, что отражается в разделении текста на главы, параграфы, пункты.

Заключение – последняя часть научного текста. В ней краткой и сжатой форме излагаются полученные результаты, представляющие собой ответ на главный вопрос исследования. Здесь же могут намечаться и дальнейшие перспективы развития темы. Небольшое по объему сообщение также не может обойтись без заключительной части. В них должен подводиться итог проделанной работы.

Список использованной литературы. Реферат любого уровня сложности обязательно сопровождается списком используемой литературы. Названия книг в списке располагают по алфавиту с указанием выходных данных использованных книг.

Требования, предъявляемые к оформлению реферата. Объемы рефератов колеблются от 10-18 машинописных страниц. Работа выполняется на одной стороне листа стандартного формата. По обеим сторонам листа оставляются поля размером 35 мм. слева и 15 мм. справа, рекомендуется шрифт 12-14, интервал - 1,5. Все листы реферата должны быть пронумерованы. Каждый вопрос в тексте должен иметь заголовок в точном соответствии с наименованием в плане-оглавлении.

При проверке реферата преподавателем оцениваются:

– знания и умения на уровне требований стандарта конкретной дисциплины: знание фактического материала, усвоение общих представлений, понятий, идей;

– характеристика реализации цели и задач исследования (новизна и актуальность поставленных в реферате проблем, правильность формулирования цели, определения задач исследования, правильность выбора методов решения задач и реализации цели; соответствие выводов решаемым задачам, поставленной цели, убедительность выводов);
– степень обоснованности аргументов и обобщений (полнота, глубина, всесторонность раскрытия темы, логичность и последовательность изложения материала, корректность аргументации и системы доказательств, характер и достоверность примеров, иллюстративного материала, широта кругозора автора, наличие знаний интегрированного характера, способность к обобщению);
– качество и ценность полученных результатов (степень завершенности реферативного исследования, спорность или однозначность выводов).

Использование литературных источников. Культура письменного изложения материала. Культура оформления материалов работы.

Объективность оценки предусматривает отражение как положительных, так и отрицательных сторон работы. Рецензент оценивает работу по традиционной 10-балльной шкале, могут быть отдельно оценены разные компоненты работы, однако завершается отзыв рецензента одной итоговой оценкой.

Изучение дисциплины «Основы имиджелогии» осуществляется в форме учебных занятий под руководством профессорско-преподавательского состава кафедры и самостоятельной подготовки обучающихся. Основными видами учебных занятий по изучению данной дисциплины являются: лекционное занятие; практические занятия; консультация преподавателя (индивидуальная, групповая). При проведении учебных занятий используются элементы классических и современных педагогических технологий.

Предусматриваются следующие формы работы обучающихся: - прослушивание лекционного курса; - чтение и конспектирование рекомендованной литературы; - проведение практических занятий.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)

8.1 Перечень информационных технологий

Проверка домашних заданий и консультирование посредством электронной почты.

8.2 Перечень необходимого программного обеспечения

1. MicrosoftOffice 365 ProfessionalPlus – Пакет ПО для учащихся с использованием облачных технологий (Microsoft). Артикулправообладателя O365ProPlusforEDU ShrdSvr AllLng MonthlySubscriptions-VolumeLicense MVL 1License PerUsr STUUseBnft 5XS-00002. Соглашение Microsoft “Enrollment for Education Solutions” 72569510.Лицензионныйдоговор №73-АЭФ/223-ФЗ/2018. от 06.11.2018.

2. MicrosoftOffice 365 ProfessionalPlus – Пакет ПО для преподавателей и сотрудников с использованием облачных технологий (Microsoft).

Артикулправообладателя O365ProPlusforEDU AllLng MonthlySubscriptions-VolumeLicense MVL 1License AddOn toOPP (код 5XS-00003). Соглашение Microsoft “Enrollment for Education Solutions” 72569510.Лицензионныйдоговор №73–АЭФ/223-ФЗ/2018. от 06.11.2018.

8.3. Перечень информационных справочных систем

1. ЭБС Издательства «Лань» http://e.lanbook.com/ ООО Издательство «Лань» Договор № 99 от 30 ноября 2017 г.

2. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru ООО «Директ-Медиа» Договор № 0811/2017/3 от 08 ноября 2017 г.

3. ЭБС «Юрайт» http://www.biblio-online.ru ООО Электронное издательство «Юрайт» Договор №0811/2017/2 от 08 ноября 2017 г.

4. ЭБС «BOOK.ru» https://www.book.ru ООО «КноРус медиа» Договор № 61/223-ФЗ от 09 января 2018 г.

5. ЭБС «ZNANIUM.COM» www.znanium.com ООО «ЗНАНИУМ» Договор № 1812/2017 от 18 декабря 2017 г.

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Лекционные занятия	Лекционная аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) (ауд.: 202, 205, 302, 402)
2.	Семинарские занятия	Аудитория для практических занятий (столы, стулья, доска), оборудование для презентаций – проектор, экран, ноутбук (ауд.: 202, 205, 302, 402)
3.	Групповые (индивидуальные) консультации	Аудитория (столы, стулья) (ауд.: 202, 205, 209, 301, 302, 304, 305, 306, 307, 308, 309, 310, 402, 404, 406, 407, 408, 409, 410, 411, 412)
4.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Аудитория (столы, стулья) (ауд.: 202, 205, 209, 302, 309, 402)
5.	Самостоятельная работа	Читальный зал библиотеки, кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступ в электронную информационно-образовательную среду университета (ауд.: 401)