

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 и первым
проректор

подпись

«27»

апреля

2018 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Б1.Б.11.09 ИМИДЖМЕЙКИНГ

(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 очная

(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2018

Рабочая программа дисциплины Б1.Б.11.09 Имиджмейкинг 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.Б.11.09 Имиджмейкинг 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 «Имиджмейкинг» является формирование у студентов теоретических знаний об имиджологии, 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 имиджологии как самостоятельной научно-прикладной дисциплины;
- выявляется роль имиджологии в современном обществе;
- рассматриваются основные концепции имиджологии, содержащие базовые понятия;
- изучается структура имиджа, его составляющие;
- изучаются современные типологии имиджа;
- Рассматриваются функции и значения имиджа;
- изучается инструментарий имиджологии и методики его использования;
- раскрываются имиджевые стратегии;
- рассматриваются контексты имиджологии;
- описываются теоретические аспекты самопрезентации и принципы имиджирования;
- формируются навыки использования технологий имиджирования в области персональной имиджологии;
- 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.Б.11.09 «Профессиональный цикл. Вариативная часть» ФГОС по направлению подготовки ВГОС 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Курс «Имиджмейкинг» опирается на знания, полученные при изучении дисциплин «Основы теории коммуникации», «Основы имиджологии», «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

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общекультурных и профессиональных компетенций (ОК/ПК)*

№ 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	многообразие процессов	ориентироваться	навыками планирования и

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

2. Структура и содержание дисциплины.

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зач.ед. (108 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице (для студентов ОФО).

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры (часы)			
		2			
Контактная работа, в том числе:					
Аудиторные занятия (всего):	44	44			
Занятия лекционного типа	28	28			
Лабораторные занятия					
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)	14	14			

Иная контактная работа:					
Контроль самостоятельной работы (КСР)		2	2		
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,3	0,3		
Самостоятельная работа, в том числе:					
<i>Курсовая работа – не предусмотрено</i>					
Проработка учебного (теоретического материала)		15	15		
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)		4	4		
Реферат		4	4		
Подготовка к текущему контролю		5	5		
Контроль:					
Подготовка к экзамену		35,7	35,7		
Общая трудоемкость	час.	108	108		
	в том числе контактная работа	44,3	44,3		
	зач. ед	3	3		

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые во 2 семестре (для студентов ОФО)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				Внеаудиторная работа
		Всего	Аудиторная работа			
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Персональная имиджелогия: теоретические аспекты самопрезентации	10	4	2		4
2.	Технологии персональной имиджелогии	16	6	4		6
3.	Политическая имиджелогия	16	6	4		6
4.	Корпоративная имиджелогия	14	6	2		6
5.	Профессия имиджмейкера	14	6	2		6
	<i>Итого по дисциплине:</i>		28	14		28

2.3.1 Занятия лекционного типа

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Персональная имиджелогия: теоретические аспекты самопрезентации	Имиджирование как форма самопрезентации. Факториальные теории самопрезентации. Принципы имиджирования.	Конспект лекции
2.	Технологии	Я-концепция. Основы физиогномики.	Конспект лекции

	персональной имиджологии	Стилистика: прическа, внешность, макияж. Колористика – эстетика тонов. Кинесика и эстетика движения. Голосоречевая техника, речевая самопрезентация. Деловой и повседневный этикет.	
3.	Политическая имиджология	Понятие политический имидж. Технологии построения политического имиджа. Визуальное измерение имиджа. Контекстное измерение имиджа. Законы сочетания имиджей. Политическая коммуникация. Имидж мужчины-политика. Имидж женщины-политика. Имиджи политических врагов. Имиджи политических партий. Имидж в избирательных кампаниях.	Конспект лекции
4.	Корпоративная имиджология	Структура имиджа организации; целостность имиджа компании. Организационная культура. Корпоративный стиль. Корпоративный дизайн; визуальный стиль; символный язык визуальных элементов, представляющих компанию. Имидж руководителя и персонала. Имидж товара, продукта, услуги. Проблемы корпоративной идентификации. Имидж-информация в Интернете.	Конспект лекции
5.	Профессия имиджмейкера	Имиджмейкеры: Верслин, Герген и Моррис. Профессиональный портрет имиджмейкера: профессиональные качества, знания и навыки. Виды специализации имиджмейкера. Стадии работы над имиджем клиента. Цели и задачи имиджа клиента. Преодоление сомнений клиента; анализ опыта формирования имиджа клиента; проектирование имиджа клиента. Параметры оценки работы имиджмейкера.	Конспект лекции

2.3.2 Занятия семинарского типа

№	Наименование раздела	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Персональная имиджология: теоретические аспекты самопрезентации	Имиджирование как форма самопрезентации. Факториальные теории самопрезентации. Принципы имиджирования.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
2.	Технологии персональной	Я-концепция. Основы физиогномики. Стилистика: прическа, внешность,	опрос по ключевым аспектам раздела,

	имиджелогии	макияж Колористика – эстетика тонов. Кинесика и эстетика движения. Голосоречевая техника, речевая самопрезентация. Деловой и повседневный этикет.	реферат
3.	Политическая имиджелогия	Понятие политический имидж. Технологии построения политического имиджа. Визуальное измерение имиджа. Контекстное измерение имиджа. Законы сочетания имиджей. Политическая коммуникация. Имидж мужчины-политика. Имидж женщины-политика. Имиджи политических врагов. Имиджи политических партий. Имидж в избирательных кампаниях.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
4.	Корпоративная имиджелогия	Структура имиджа организации; целостность имиджа компании. Организационная культура. Корпоративный стиль. Корпоративный дизайн; визуальный стиль; символичный язык визуальных элементов, представляющих компанию. Имидж руководителя и персонала. Имидж товара, продукта, услуги. Проблемы корпоративной идентификации. Имидж-информация в Интернете.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
5.	Профессия имиджмейкера	Имиджмейкеры: Верслин, Герген и Моррис. Профессиональный портрет имиджмейкера: профессиональные качества, знания и навыки. Виды специализации имиджмейкера. Стадии работы над имиджем клиента. Цели и задачи имиджа клиента. Преодоление сомнений клиента; анализ опыта формирования имиджа клиента; проектирование имиджа клиента. Параметры оценки работы имиджмейкера.	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	Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2017

	<p>проработка теоретическог о материала</p>	<p>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.</p> <p>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://biblionline.ru/book/C82E3033-64F3-4B2D-B3CA-41CE590459E6/politicheskaya-imidzhelogiya.</p> <p>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.</p> <p>Шарков, Ф. И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы [Электронный ресурс] : учебное пособие / Шарков Ф. И. - М. : Дашков и К°, 2017. - 270 с. - https://e.lanbook.com/book/93478#authors.</p>
2.	<p>Выполнение индивидуальн ых заданий (подготовка сообщений, презентаций)</p>	<p>Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2017</p> <p>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.</p> <p>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://biblionline.ru/book/C82E3033-64F3-4B2D-B3CA-41CE590459E6/politicheskaya-imidzhelogiya.</p> <p>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.</p> <p>Шарков, Ф. И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы [Электронный ресурс] : учебное пособие / Шарков Ф. И. - М. : Дашков и К°, 2017. - 270 с. - https://e.lanbook.com/book/93478#authors.</p>
3.	<p>Реферат</p>	<p>Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2017</p> <p>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.</p> <p>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://biblionline.ru/book/C82E3033-64F3-4B2D-B3CA-41CE590459E6/politicheskaya-imidzhelogiya.</p> <p>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.</p> <p>Шарков, Ф. И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация,</p>

	имидж и бренд фирмы [Электронный ресурс] : учебное пособие / Шарков Ф. И. - М. : Дашков и К°, 2017. - 270 с. - https://e.lanbook.com/book/93478#authors .
--	--

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

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: Профессия имиджмейкера

1. Профессиональный портрет имиджмейкера: профессиональные качества, знания и навыки. Виды специализации имиджмейкера.
2. Стадии работы над имиджем клиента. Цели и задачи имиджа клиента.
3. Преодоление сомнений клиента; анализ опыта формирования имиджа клиента; проектирование имиджа клиента.
4. Параметры оценки работы имиджмейкера.

4.1.2 Примерные темы рефератов:

1. Понятие имиджа
2. Семиотические основы имиджа
3. Личность и самопрезентация
4. Подходы к пониманию процесса манипуляции сознанием

5. Методы психологического воздействия
6. Имидж в символической коммуникации
7. Я-концепция как центральный механизм в формировании имиджа
8. Психологические основы социального влияния
9. Создание имиджа как процесс социального познания
10. Физиогномические факторы имиджа
11. Имидж, ориентированный на восприятие
12. Имидж, ориентированный на самоощущение
13. Роль стереотипов и мифологии в создании группового имиджа
14. Корпоративный имидж
15. Проблема соотношения имиджмейкинга и PR в разработке и поддержании имиджа: теоретический и прикладной аспекты.
16. Имидж как система и процесс. Формирование имидж-модели. Проблемы практической реализации имидж-модели.
17. Структура имиджа. Структурный подход к формированию имиджа.
18. Типология имиджей.
19. Функции персонального имиджа.
20. Функции имиджа организации.
21. Анализ имиджа конкретного исторического лица (власть, политика, искусство).
22. Генезис деятельности по формированию имиджа. Анализ имиджа социально-исторического типа (фараон, свободный гражданин, монах, рыцарь, буржуа и т.п.).
23. Эстетический аспект имиджа. Специфика эстетического компонента в имиджевом решении.
24. Психологический аспект персонального имиджа. Условия и предпосылки формирования эффективного персонального имиджа.
25. Профессиональные требования к имиджу (для конкретной профессии, см. примеры: бизнес-тренер, социальный работник).
26. Природные предпосылки формирования персонального имиджа.
27. Имидж делового человека.
28. Бизнес-имидж организации.
29. Роль PR в формировании позитивного корпоративного имиджа.
30. Имидж политика: теоретические проблемы, методы анализа.
31. Соотношение общего и индивидуального в имидже политического лидера.
32. Значение имиджа в избирательных кампаниях.
33. Корпоративный имидж: сущность, функции, структура, стратегия формирования.
34. Корпоративный имидж и репутация.
35. Фирменный стиль как средство создания визуального имиджа организации.

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 согласована 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.

4.2 Фонд оценочных средств для проведения аттестации.

Контрольные вопросы для промежуточной формы контроля (экзамен)

1. Феномен имиджа в истории и культуре.
2. Соотношение понятий имидж, репутация, бренд.
3. Имидж, образ, репутация, авторитет: сходство и различия.
4. Имиджевые стратегии
5. Ведущие этапы построения имиджа.
6. Основные виды имиджформирующей информации.
7. Типы современных имиджей.
8. Принципы имиджирования.

9. Перфоманс как элемент имиджирования.
10. Природные предпосылки персонального имиджа.
11. Анализ внешности. Визуальная корректировка внешности.
12. Роль стереотипов в формировании и восприятии имиджа.
13. Элементы личностного имиджа.
14. Габитарный имидж.
15. Вербальный имидж.
16. Кинетический имидж.
17. Овеществленный имидж.
18. Средовый имидж.
19. Позиционирование. Возвышение имиджа. Отстройка от конкурентов.
20. Персональный имидж и индивидуальный стиль: общее и особенное.
21. Символика цвета и ее учет в разработке персонального имиджа.
22. Понятие имиджа и репутации фирмы.
23. Понятие и особенности формирования имиджа политической партии.
24. Способы формирования и элементы фирменного стиля.
25. Технологии создания делового имиджа.
26. Имидж лидера. Технологии формирования и продвижения имиджа лидера
27. Понятие политического имиджа, основные элементы имиджа политика.
28. Имидж политического лидера: особенности формирования.
29. Визуальное измерение имиджа политического деятеля.
30. Контекстное измерение имиджа политического деятеля.
31. Особенности имиджа политических противников.
32. Технологии построения политического имиджа.
33. Визуальное измерение имиджа.
34. Контекстное измерение имиджа. Законы сочетания имиджей.
35. Имидж мужчины-политика.
36. Имидж женщины-политика.
37. Стратегии позиционирования при построении имиджа лидера.
38. Имидж в дипломатии и государственном управлении.
39. Имидж в шоу-бизнесе.
40. Значение имиджа в избирательных кампаниях.
41. Структура имиджа организации; целостность имиджа компании.
42. Организационная культура. Корпоративный стиль. Корпоративный дизайн; визуальный стиль; символичный язык визуальных элементов, представляющих компанию.
43. Имидж руководителя и персонала.
44. Специфика имиджа руководителя организации в условиях кризиса.
45. Основные ошибки в построении делового имиджа.
46. Имидж товара, продукта, услуги. Проблемы корпоративной идентификации.
47. Имидж-информация в Интернете.
48. Ведущие приемы создания имиджэффекта.
49. Методы рекламы и public relations в технологиях построения имиджа.
50. Роль массмедиа в формировании имиджа.
51. Правила работы с прессой.
52. Опыт политических акторов разных государств в использовании политического имиджа.
53. Стратегия управления корпоративным имиджем на основе современных коммуникативных технологий.
54. Использование рекламы для создания имиджа фирмы.
55. Выставки, ярмарки и другие методы ПР в создании корпоративного имиджа.
- Ньюслеттер и его возможности
56. Защита деловой репутации и корпоративного имиджа

57. Имидж и репутация органов государственной власти
58. Имидж государства. Проблемы формирования международного имиджа государства.
59. Имидж территории (города и региона): элементы, закономерности их взаимодействия.
60. Морально-этические аспекты деятельности имиджмейкера по формированию имиджа.
61. Профессиональный портрет имиджмейкера: профессиональные качества, знания и навыки. Виды специализации имиджмейкера.
62. Стадии работы над имиджем клиента. Цели и задачи имиджа клиента.
63. Преодоление сомнений клиента; анализ опыта формирования имиджа клиента; проектирование имиджа клиента.
64. Определение термина «общественное мнение». Лидеры общественного мнения.
65. Характеристики и отличительные особенности лидеров общественного мнения. Теория «сила слабых связей»
66. Нейтрализация последствий воздействия «черного PR» средствами имиджбилдинга
67. Проблемы антикризисного управления имиджем
68. Роль имиджа в формировании общественного мнения.
69. Психология восприятия прямой и косвенной имиджформирующей информации.
70. Тенденции развития имиджмейкинга в России и в мире

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания на экзамене

Итоговой формой контроля сформированности компетенций у обучающихся по дисциплине является экзамен. Студенты обязаны сдать экзамен в соответствии с расписанием и учебным планом

ФОС промежуточной аттестации состоит из вопросов и задач к экзамену по дисциплине.

Экзамен по дисциплине преследует цель оценить работу студента за курс, получение теоретических знаний, их прочность, развитие творческого мышления, приобретение навыков самостоятельной работы, умение применять полученные знания для решения практических задач.

Форма проведения экзамена: устно (письменно).

Экзаменатору предоставляется право задавать студентам дополнительные вопросы по всей учебной программе дисциплины.

Результат сдачи экзамена заносится преподавателем в экзаменационную ведомость и зачетную книжку.

Критерии оценки:

оценка «отлично»: глубокие исчерпывающие знания всего программного материала, логически последовательные, полные, грамматически правильные и конкретные ответы на вопросы экзаменационного билета и дополнительные вопросы членов комиссии; использование в необходимой мере в ответах языкового материала, представленного в рекомендуемых учебных пособиях и дополнительной литературе.;

оценка «хорошо»: твёрдые и достаточно полные знания всего программного материала, последовательные, правильные, конкретные ответы на поставленные вопросы при свободном реагировании на замечания по отдельным вопросам;

оценка «удовлетворительно»: знание и понимание основных вопросов программы, наличие ошибок при недостаточной способности их корректировки, наличие

определенного количества (не более 50%) ошибок в освещении отдельных вопросов билета;

оценка «неудовлетворительно»: непонимание сущности излагаемых вопросов, грубые ошибки в ответе, неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы экзаменаторов.

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. 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>.
2. Шарков, Ф. И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы [Электронный ресурс] : учебное пособие / Шарков Ф. И. - М. : Дашков и К°, 2017. - 270 с. - <https://e.lanbook.com/book/93478#authors>.

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. 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>.

2. Селентьева, Д. О. Политическая имиджология [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-imidzhologiya>.

5.3. Периодические издания:

1. Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика – URL: <http://www.journ.msu.ru/science/pub/msu-bulletin/>
2. Медиакommunikация. 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 Федерации <https://data.gov.ru>
3. База открытых данных Министерства труда и социальной защиты РФ <https://rosmintrud.ru/opendata>
4. База данных Научной электронной 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 предназначен для проведения текущего контроля успеваемости студентов, а также контроля самостоятельной (внеаудиторной) работы в форме опросов, оценки рефератов, презентаций. 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, сообщений, подготовка презентаций. 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.

Изучение дисциплины «Имиджмейкинг» 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.: 402)
2.	Семинарские занятия	Аудитория для практических занятий (столы, стулья, доска), оборудование для презентаций – проектор, экран, ноутбук (ауд.: 202, 205, 301, 302, 310, 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.: 209, 305, 307, 309, 406, 407, 408, 409, 411)
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)