

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.01 «Основы имиджологии»

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 имиджологии» является формирование у студентов теоретических знаний об имиджологии, 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 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.

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 (бакалавриат).

Курс «Основы имиджологии» 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 имиджологии» 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)

№ разд ела	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 имиджологии	12	1	1	-	10
3.	Инструментарий имиджологии	12	1	1	-	10
4.	Методики использования инструментария имиджологии	12	1	1	-	10

5.	Имиджевые стратегии; составление и анализ имиджевой кампании	11	-	1	-	10
6.	Манипуляции с имиджем. <i>Итоговое занятие</i>	9	-	1	-	8
	<i>Итого по дисциплине:</i>		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.