

АННОТАЦИЯ

дисциплины Б1.В.01 «Основы имиджологии»

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы (72 часа, из них – 44,2 контактных часа: лекционных 28 ч., практических 14 ч.; 27,8 часов самостоятельной работы; 2 часа КСР, 0,2 часа ИКР)

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 во 2 семестре (для студентов ОФО)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2					
1.	Введение в имиджелогия	13	5	3	-	5

2.	Основы имиджологии	13	5	3	-	5
3.	Инструментарий имиджологии	13	5	3	-	5
4.	Методики использования инструментария имиджологии	12	5	2	-	5
5.	Имиджевые стратегии; составление и анализ имиджевой кампании	11	5	1	-	5
6.	Манипуляции с имиджем. <i>Итоговое занятие</i>	6,8	3	1	-	2,8
	<i>Итого по дисциплине:</i>		28	14	-	27,8

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

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>.

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