

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.03 «Практическая имиджелогия»

Объем трудоемкости: 3 зачетных единицы (108 часов, из них – 28,3 контактных часов; лекционных – 8 ч., практических – 20 ч.; 71 час самостоятельной работы; 8,7 часов – экзамен, ИКР – 0,3).

Цель освоения дисциплины – дать студентам представление об имиджелогии как о науке, которая несёт в себе различные направления, как в искусстве, так и в жизни.

Задачи дисциплины:

- знакомство с новой наукой, которая затрагивает ряд других наук, таких как - психология, философия, социология, культурология и тд.
- раскрыть содержание научных знаний в области имиджелогии среди широких слоев населения.
- показать закономерности формирования, функционирования и управления имиджем человека, организации, товара и услуги.
- знакомство с особенностями стилей и направлений, раскрывая преемственность процессов, происходящих в культуре и искусстве.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Практическая имиджелогия» относится к вариативной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Данная учебная дисциплина относится к вариативной части ФГОС по направлению подготовки ВО 42.04.02 - Журналистика.

Дисциплина логически и содержательно-методически взаимосвязана с дисциплинами блока общих гуманитарных и социально-экономических дисциплин: «Основы социологии», «Основы политологии», а также дисциплинами направления: «Психология».

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

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общекультурных / 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 3	готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	- современные рекламные стратегии, формы реализации креатива в нестандартном рекламном продукте; - технологию и средства разработки рекламного продукта с использованием нестандартных медиа и инновационны	использовать навыки для исследования психологическог о восприятия конкретной рекламы целевой аудиторией и определения ее возможной эффективности; применять знания по дисциплине «BTL-коммуникации в местах продаж» в практической деятельности	– навыками культуры научного мышления. - навыками применения различных методов и приемов BTL; - навыками применения инновационных рекламных технологий на практике

№ п.п.	Индекс компет енции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
			х технологий	специалиста по рекламе	
2.	ПК1	готовностью создавать журналистский авторский медиа контент в форматах и жанрах повышенной сложности, основываясь на углубленном понимании их специфики, функций, знании технологий и профессиональных стандартов	организацию коммуникацио нной инфраструктур ы организации;	обеспечивать внутреннюю и внешнюю коммуникации в организации;	коммуникаци онным навыками;

Основные разделы дисциплины

Разделы дисциплины, изучаемые в 3-4 семестре

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеауд иторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Имиджелогия как наука: объект, предмет, методы и задачи исследования	14	1	2		11
2.	Понятие «имиджформирующая информация»	15	1	2		12
3.	Виды имиджа с точки зрения факторов его образующих	17	1	4		12
4.	Имидж организации	18	2	4		12
5.	Имидж в структуре мира	17	1	4		12
6.	Инструментарий имиджелогии	18	2	4		12
	<i>Итого по дисциплине:</i>		8	20		71

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

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>.

Автор РПД: канд. филол. наук, доц. Никулин И.О.