

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.В.ДВ.01.01 ИМИДЖМЕЙКИНГ В ПОЛИТИКЕ И БИЗНЕСЕ»
(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью; Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 4 зачетных единицы (144 часов), для ЗФО 4 зачетных единицы (144 часов)

Цель освоения дисциплины

Основной целью преподавания курса «Имиджмейкинг в бизнесе и политике» 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

Дисциплина «Имиджмейкинг в политике и бизнесе» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе по очной и на 2 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Освоение содержания дисциплины «Имиджмейкинг в политике и бизнесе» базируется на изучении таких предметов, как «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью», «История рекламы и связей с общественностью», «Введение в направление подготовки», «Теория и практика массовой информации».

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

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
УК-5.	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ИУК-5.1. Имеет базовые представления о межкультурном разнообразии общества этическом и философском контекстах.	Знает базовые представления о межкультурном разнообразии общества Умеет использовать представления о межкультурном разнообразии общества этическом и философском контекстах. Владеет способностью воспринимать межкультурное разнообразие общества.
ИУК-5.2. Интерпретирует проблемы современности с позиции этики и философских знаний.	Знает основные проблемы современности с позиции этики и философских знаний. Умеет интерпретировать проблемы современности с позиции этики и философских знаний. Владеет способностью интерпретировать проблемы современности с позиции этики и философских знаний.
ИУК-5.3. Определяет место и роль России в контексте мирового исторического развития.	Знает историю России в контексте мирового исторического развития. Умеет определять место и роль России в контексте мирового исторического развития. Владеет навыками анализа и определения роли и места истории России в контексте мирового исторического развития.
ИУК-5.4. На основе исторических знаний оценивает историческое наследие и социокультурные традиции	Знает историческое наследие и социокультурные традиции, опираясь на исторические знания. Умеет на основе исторических знаний оценивать историческое наследие и социокультурные традиции. Владеет навыками оценки исторического наследия и социокультурных традиций, опираясь на исторические знания.
УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов.	
ИУК-8.1. Осуществляет выбор способов поддержки безопасных условий жизнедеятельности, методов и средств защиты человека при возникновении опасных или чрезвычайных ситуаций, в том числе военных конфликтов.	Знает принципы, методы и средства защиты от опасностей применительно к сфере повседневной жизни и в профессиональной деятельности; основные законодательные и нормативно-правовые акты в области обеспечения безопасности; мероприятия по защите человека при возникновении опасных или чрезвычайных ситуаций и основные способы ликвидации их последствий. Умеет выбирать методы, принципы и средства защиты от опасностей в повседневной жизни и в профессиональной деятельности; выбирать способы создания и поддержания безопасных условий жизнедеятельности.

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	Владеет основными законодательными и правовыми актами в области безопасности, требованиями к безопасности технических регламентов в сфере профессиональной деятельности; навыками анализа и рационализации в повседневной жизни и в профессиональной деятельности с целью обеспечения безопасности; методами прогнозирования, способами и технологиями защиты в опасных и чрезвычайных ситуациях.

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 3 семестре 2 курса (очная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2					
1.	Введение в имиджелогия	8	2	2	2	2
2.	Основы имиджелогии	8	2	2	2	2
3.	Инструментарий имиджелогии	8	2	2	2	2
4.	Методики использования инструментария имиджелогии	8	2	2	2	2
5.	Имиджевые стратегии; составление и анализ имиджевой кампании	12	2	4	2	4
6.	Манипуляции с имиджем.	12	2	4	2	4
7.	Персональная имиджелогия: теоретические аспекты самопрезентации	12	2	4	2	4
8.	Технологии персональной имиджелогии	12	2	4	2	4
9.	Политическая имиджелогия	8		4		4
10.	Корпоративная имиджелогия	8		4		4
11.	Профессия имиджмейкера <i>Итоговое занятие</i>	8		4		4
	<i>Итого по дисциплине:</i>	104	16	36	16	36
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Подготовка к текущему контролю	35,7				
	Общая трудоемкость по дисциплине	144				

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 3 семестре 2 курса (заочная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2					СРС
1.	Введение в имиджологию	4	2			2
2.	Основы имиджологии	8	2	2		4
3.	Инструментарий имиджологии	8	2	2		4
4.	Методики использования инструментария имиджологии	6		2		4
5.	Имиджевые стратегии; составление и анализ имиджевой кампании	6		2		4
6.	Манипуляции с имиджем.	4				4
7.	Персональная имиджология: теоретические аспекты самопрезентации	15	2			13
8.	Технологии персональной имиджологии	20				20
9.	Политическая имиджология	20				20
10.	Корпоративная имиджология	22		2		20
11.	Профессия имиджмейкера <i>Итоговое занятие</i>	22			2	20
	<i>Итого по дисциплине:</i>	135	8	10	2	115
	Контроль самостоятельной работы (КСР)					
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Подготовка к текущему контролю	8,7				
	Общая трудоемкость по дисциплине	144				

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Автор Д.А. Носаев, доцент, канд. филол. наук, доцент