

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 31.01.2025 13:43:18

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»**

**УТВЕРЖДАЮ**

**Начальник**

**учебно-методического управления**

**Платонова Т.К.**

**«25» июня 2024 г.**

**Рабочая программа дисциплины**  
**Имиджелогия**

Направление 42.03.02 Журналистика

Направленность 42.03.02.02 Международная журналистика (Восточная Азия)

Для набора 2023 года

Квалификация  
Бакалавр

**КАФЕДРА Журналистика****Распределение часов дисциплины по семестрам**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	7 (4.1)		Итого	
	16			
Неделя	16			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	16	16	16	16
Практические	32	32	32	32
Итого ауд.	48	48	48	48
Контактная работа	48	48	48	48
Сам. работа	60	60	60	60
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	144	144	144	144

**ОСНОВАНИЕ**

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 25.06.2024 г. протокол № 18.

Программу составил(и): к.филол.н., Муха А.В.

Зав. кафедрой: д.фил.н., проф. Клеменова Е.Н.

Методический совет направления: к.искусств.н., доцент Усенко Н.М.

### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Сформировать у бакалавров систему знаний об имидже, его структурных характеристиках и способах конструирования, показать значимость имиджа для социального взаимодействия, способствовать формированию навыков создания имиджа для реализации профессиональных задач в СМИ и пресс-службах, предоставить эффективные механизмы для самореализации в журналистской деятельности
-----	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**ПК-4: способность учитывать общечеловеческие ценности и этнокультурные особенности в процессе создания медиапродукта**

#### В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

<b>Знать:</b>	систему общечеловеческих ценностей, интегрированных в культурно-историческое наследие России и мира (соотнесено с индикатором ПК-4.1).
<b>Уметь:</b>	учитывать общечеловеческие ценности и этнокультурные особенности при осуществлении профессиональной деятельности (соотнесено с индикатором ПК-4.2).
<b>Владеть:</b>	навыками осуществления профессиональной журналистской деятельности с учетом общечеловеческих ценностей и этнокультурных особенностей при создании журналистского текста и (или) продукта (соотнесено с индикатором ПК-4.3).

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### Раздел 1. Основы имиджологии

№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
1.1	Лекция 1. Введение в предмет. Цели и задачи дисциплины. Цели и задачи дисциплины "Имиджология". Имидж как социальное явление. Краткая история возникновения имиджа как отрасли научного знания. / Лек /	7	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
1.2	Лекция 2. Имидж и имиджология: функции и классификация. Имиджология и имиджмейкинг: предмет, основные понятия, сферы практического применения. Понятие имиджа. История возникновения и развития. Основные подходы к пониманию феномена. Компоненты имиджа личности. Основные условия формирования имиджа. Составные части имиджа. Уровни формирования имиджа. Актуальные направления современных исследований. Практические аспекты применения данных имиджологии. / Лек /	7	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
1.3	Практическое занятие 1. Соотнесение понятий "имидж" и "образ": общее и особенное. Соотношение понятий "имидж", "образ". Понятие "маска". / Пр /	7	4	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
1.4	Практическое занятие 2. Классификация факторов, образующих имидж. Положительный, отрицательный и эталонный имидж. Основные имиджеобразующие факторы. Овеществленный и средовой имидж. габаритный имидж. Кинетический имидж. / Пр /	7	4	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
1.5	Лекция 3. Персональный имиджмейкинг. Имидж личности. Роль телесности. Харизма. Пассионарность. Стиль. Мода как средство выражения стиля. Гендерные отличия современного делового костюма. / Лек /	7	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
1.6	Практическое занятие 3. Персональный имидж и личный бренд. Имидж и бренд. Понятие бренда. Основные составляющие бренда. Соответствие бренда имиджу и ценностям. Имиджевые средства продвижения бренда. Не-вербальные и вербальные средства персонального имиджа. Принципы построения индивидуального имиджа. Технологии создания личного бренда. Влияние личного бренда на репутацию. / Пр /	7	4	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
1.7	Лекция 4-5. Имидж организации: понятие, значение, функции.	7	4	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.3,

	Корпоративный имидж. Внешний и внутренний имидж организации. Связь имиджа и репутации организации и ее сотрудников. Внутренний имидж и корпоративная культура. Имидж руководителя в структуре имиджа учреждения. Роль внешних атрибутов имиджа. Организация связей с общественностью. Представленность в СМИ и социальных медиа. Критерии и показатели эффективности формирования имиджа. Основные мероприятия по совершенствованию имиджа. / Лек /				Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
1.8	Практическое занятие 4-5. Корпоративный имидж как объект управления. Структура имиджа компании, организации. Значение корпоративной культуры для имиджа организации. Социальная ответственность как современная имиджевая характеристика компании. Роль бренда в формировании корпоративного имиджа. / Пр /	7	8	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
1.9	Лекция 6. Конструирование имиджа товара или услуги. Выбор товара или услуги как отражение стиля жизни. Факторы, определяющие имидж товара или услуги. Хронотоп конструирования имиджа товаров и услуг. / Лек /	7	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
1.10	Практическое занятие 6. Имидж территории как объект управления. Основные слагаемые имиджа территории. Имидж современного ройссийского мегаполиса (на примере г. Ростова-на-Дону). Политический и культурный имидж страны. Имидж России как объект управления. / Пр /	7	4	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
1.11	Лекция 7. Имиджевые технологии. Технологии управления персональным имиджем. Деловой этикет как инструмент формирования индивидуального и корпоративного имиджа. Маркетинговые коммуникации в продвижении успешного имиджа организаций, товаров и услуг. Имидж-маркетинг территорий. / Лек /	7	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
1.12	Практическое занятие 7. Имидж делового и досугового мероприятия. Особенности участия журналиста в мероприятиях различного вида. Специфика организации мероприятий. Влияние мероприятия на имидж. Имиджевые особенности участия журналистов в пресс- конференциях. Учет имиджа мероприятия при освещении его в СМИ. / Пр /	7	4	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
1.13	Лекция 8. Имидж журналиста. Имидж журналиста в общественном сознании. Стратегии и инструменты имиджелогии при со-здании имиджа журналиста. Построение профессионального имиджа журналиста. / Лек /	7	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
1.14	Практическое занятие 8. Имидж СМИ. Особенности имиджа современных СМИ. Имидж СМИ как отражение редакционной политики. Построение имиджа. Критерии анализа имиджа СМИ, имиджевые стратегии. Влияние СМИ на имидж и репутацию организации или персоны. / Пр /	7	4	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
1.15	Технологии работы с брендом. Бренд товара или организации. Философия брен-да. Имиджевые атрибуты. Основные составляющие бренда. Роль дескрипторов. Мифология, культура и имидж бренда. Анализ известных брендов / Ср /	7	6	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
1.16	Имидж публичной личности. Анализ особенностей имиджа публичной личности (блогера, музыканта, артиста и др.). Выступление с докладом. / Ср /	7	6	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
1.17	Презентация персонального бренда. Техники: «Кто я? 20 ответов»; «Мои достижения и мои возможности»; «Мои услуги» и др. / Ср /	7	8	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
1.18	Способы оценки и конструирования имиджа в сфере политики. Анализ примеров, выявление используемых технологий. Построение стратегии и прогноз. Выступление по теме «Имидж политической власти». Выступление с докладом. / Ср /	7	10	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
1.19	Имидж организации (корпорации): анализ, рекомендации.	7	10	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.3,

	Практический анализ имиджа организации и рекомендации по его дальнейшему формированию. / Ср /				Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
1.20	Имидж нового СМИ. Конструирование и программа реализации. Выступление с докладом. Имидж популярного журналиста. Характеристика, ведущие особенности. Сообщения результатов анализа имиджа популярных журналистов. / Ср /	7	10	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
1.21	Этапы построения имиджа по В.М. Шепель. Технология создания имиджа в концепции Л.Браун. Этапы формирования имиджа (подходы И. Крикунова, Пелих А.С., Кизилова Т.Г. и др.). / Ср /	7	10	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
1.22	/ Экзамен /	7	36	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6

#### 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

#### 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

##### 5.1. Основная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1		Имиджелогия: учебно-методическое пособие	Омск: Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, 2013	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=336073">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=336073</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.2	Кагермятова Р. А.	Имиджелогия: учебно-практическое пособие: учебное пособие	Ульяновск: Ульяновский государственный технический университет (УлГТУ), 2014	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=363227">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=363227</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.3	Елкина, М. В.	Имиджелогия: учебно-методическое пособие	Омск: Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, 2013	<a href="https://www.iprbookshop.ru/65055.html">https://www.iprbookshop.ru/65055.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

##### 5.2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Диброва Е. И.	Вестник МГГУ им. М.А. Шолохова. Серия "Филологические науки": журнал	Москва: Московский гуманитарный университет им. М.А. Шолохова, 2009	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=79403">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=79403</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.2	Максимов М. Ю.	Разработка бренда для организации: монография	Москва: Лаборатория книги, 2010	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=89578">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=89578</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.3	Бутакова А. Д.	Фирменный стиль и его роль в успешном продвижении бренда. Анализ визуальной составляющей рекламных коммуникаций: монография	Москва: Лаборатория книги, 2012	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=142857">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=142857</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.4	Андреева, С. В.	Имиджелогия: конспект лекций для студентов, обучающихся по направлению подготовки 51.03.03 «социально-культурная деятельность», профиль «постановка и продюсирование культурно-досуговых программ», квалификация (степень) выпускника «бакалавр»	Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2017	<a href="https://www.iprbookshop.ru/76333.html">https://www.iprbookshop.ru/76333.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.5	Андреева С. В.	Имиджелогия: конспект лекций: курс лекций	Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры (КемГИК), 2017	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=487647">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=487647</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.6	Бондарская, О. В., Бондарская, Т. А., Гучетль, Р. Г., Попова, Г. Л.	Формирование бренда предприятия: учебное пособие	Тамбов: Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2017	<a href="https://www.iprbookshop.ru/85983.html">https://www.iprbookshop.ru/85983.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

### 5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

ИСС «КонсультантПлюс»  
ИСС «Гарант» <http://www.internet.garant.ru/>

### 5.4. Перечень программного обеспечения

Операционная система РЕД ОС  
LibreOffice

### 5.5. Учебно-методические материалы для студентов с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Помещения для всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения:

- столы, стулья;
- персональный компьютер / ноутбук (переносной);
- проектор;
- экран / интерактивная доска.

## 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

### ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

#### 1 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

##### 1.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания *
ПК-4: Способность учитывать общечеловеческие ценности и этнокультурные особенности в процессе создания медиапродукта			
<b>Знать:</b> систему общечеловеческих ценностей, интегрированных в культурно-историческое наследие России и мира.	готовиться к практическим лекционным занятиям, готовить конспекты с использованием ссылок на рекомендованную основную и дополнительную литературу, анализировать и отбирать информацию из интернет-источников и баз данных	полные, содержательные и развернутые ответы на поставленные вопросы, знание лекционного материала и привлечение ссылок на основную и дополнительную литературу в ходе ответа	Д (темы 1-6); ВЭ (1-35 вопрос).
<b>Уметь:</b> учитывать общечеловеческие ценности и этнокультурные особенности при осуществлении профессиональной деятельности.	искать, анализировать и отбирать данные и сведения по теме реферата, творческого задания, систематизировать собранную и отобранную информацию по необходимой теме в текстовом варианте, в том числе в формате журналистского произведения; разрабатывать концепцию журналистского проекта для различных типов СМ	соответствие цели, теме, проблеме исследования, проекта, задания; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение аргументировано отстаивать свою позицию; умение корректно пользоваться научной и учебной литературой при подготовке к коллоквиуму, подготовке исследования, творческого задания, проекта; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции, учебной литературы, сведениям из информационных интернет-ресурсов и баз данных	КЗ № 1(задание 1-2); КЗ № 2 (задание 1-20), К-3 (задание 1-2) ВЭ (1-35 вопрос).
<b>Владеть:</b> навыками осуществления профессиональной журналистской деятельности с учетом общечеловеческих ценностей и этнокультурных особенностей при создании журналистского текста и (или) продукта	искать, анализировать и отбирать данные и сведения по теме реферата, творческого задания; систематизировать собранную и отобранную информацию по необходимой теме в текстовом варианте, в том числе в формате журналистского	достижение цели и раскрытие темы, проблемы исследования, проекта, задания; умение приводить примеры из реальной медиапрактики; аргументировано отстаивать свою точку зрения на тему, проблему; умение корректно пользоваться научной и учебной литературой при подготовке исследования, творческого задания,	КЗ № 1(задание 1-2); КЗ № 2 (задание 1-20), К-3 (задание 1-2) ВЭ (1-35 вопрос).

	произведения; разрабатывать концепцию журналистского проекта для различных типов СМИ; проводить и оформлять исследование по журналистике с использованием специализированных методов (типология журналистики); создавать авторский журналистский продукт, с использованием исторического материала	проекта; корректное оформление исследования, задания, проекта в соответствии с техническим заданием и поставленной целью, с использование творческого потенциала (креативностью)	
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

\* ВЗ – вопросы к зачету; КЗ – контрольное задание; ТЗ – творческое задание; К-З – кейс-задание, Д - доклад.

### 1.2 Шкалы оценивания:

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале:

#### Экзамен

- 84-100 баллов (Оценка «отлично»)
- 67-83 баллов (Оценка «хорошо»)
- 50-66 баллов (Оценка «удовлетворительно»)
- 0-49 баллов (Оценка «неудовлетворительно»)

## **2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

### **Вопросы к экзамену**

1. Имиджелогия как наука о формировании имиджа.
2. Понятие имиджа.
3. Основные подходы к пониманию имиджа.
4. Компоненты имиджа личности.
5. Основные условия формирования имиджа.
6. Составные части имиджа.
7. Уровни формирования имиджа.
8. Функции имиджа.
9. Виды имиджа.
10. Классификация имиджа по видам деятельности.
11. Уровни формирования имиджа.
12. Внешность человека как значимый фактор имиджа.
13. Стиль и мода.
14. Имидж и бренд.
15. Имиджевые средства продвижения бренда.
16. Невербальные и вербальные средства персонального имиджа.
17. Принципы построения индивидуального имиджа.
18. Этапы построения имиджа.
19. Технологии создания имиджа.
20. Имиджформирующая информация.
21. Имиджевые стратегии.



22. Роль средств массовой информации в создании имиджа.
23. Технологии формирования индивидуального имиджа и создания личного бренда.
24. Стратегии и инструменты имиджелогии при создании имиджа журналиста.
25. Построение профессионального имиджа.
26. Технология формирования имиджа политического лидера.
27. Способы анализа и конструирования имиджа в сфере политики.
28. Имидж организации.
29. Имидж руководителя в структуре имиджа учреждения.
30. Имидж делового и досугового мероприятия.
31. Особенности и технология организации имиджевого мероприятия.
32. Индивидуальный имидж и личный бренд журналиста как факторы профессиональной успешности.
33. Имидж СМИ: построение имиджа, критерии анализа, имиджевые стратегии.
34. Влияние СМИ на имидж и репутацию организации или персоны.
35. Критерии и показатели эффективности формирования имиджа.

#### **Критерии оценивания:**

##### **Максимальное количество баллов – 100.**

100-84 балла (оценка «отлично») ответы на вопросы верны; продемонстрировано наличие глубоких исчерпывающих / твердых и достаточно полных знаний, грамотное и логически стройное изложение материала при ответе.

83-67 баллов (оценка «хорошо») ответ на вопрос верный, но с отдельными погрешностями и ошибками, уверено исправленными после дополнительных вопросов; продемонстрировано наличие глубоких исчерпывающих / твердых и достаточно полных знаний, грамотное и логически стройное изложение материала при ответе.

66-50 баллов (оценка «удовлетворительно») ответ на вопрос частично верный, продемонстрирована некоторая неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы.

49-0 баллов (оценка «неудовлетворительно») ответ на вопрос не верен, продемонстрирована неуверенность и неточность ответа на дополнительные и наводящие вопросы.

#### **Контрольное задание № 1**

Задание для студентов № 1: Изучите стоматологическую программу компании «Ригли», производителя жевательной резинки торговой марки «Орбит» с точки зрения истории развития, особенностей и этапов становления, механизмов реализации, результатов. Оцените креативную идею разработчиков. Проведите экспресс-исследование маркетингового характера «Что и зачем «жуют» современные студенты».

Задание для студентов № 2: Деловая игра «Разводя понятия...» Аудитория делится на три группы, каждая из которых получает свое задание:

- 1) охарактеризовать имидж факультета лингвистики и журналистики РГЭУ (РИНХ) и представить его;
- 2) выделить основные характеристики и факультета лингвистики и журналистики РГЭУ (РИНХ).
- 3) проанализировать презентации выступающих и определить сильные и слабые стороны проведенной работы, приоритетные подходы, использованные при подготовке задания.

Группа № 3 выполняет супервизорскую функцию, подводит итоги.

#### **Критерии оценивания:**

##### **Максимальное количество баллов – 20.**

20-19 баллов выставляется, если студент выполнил работу без ошибок и недочетов, допустил не более одного недочета.

18-14 баллов, если студент выполнил работу полностью, но допустил в ней не более одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух недочетов.

13-10 баллов, если студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов.

9-0 баллов, если студент допустил число ошибок и недочетов превосходящее норму, или если правильно выполнил менее половины работы.

#### **Контрольное задание № 2**

**1. Имидж это: Дайте 2 правильных ответа.**

- а. средство межличностного притяжения, включающее, с одной стороны, сохранение «Я-образа», с другой – поддержание доверительности и открытости
- б. Обобщенная, эмоционально окрашенная в общественном и личном сознании форма отражения правовой действительности в виде комплекса представлений о законах и методах социально-правового воздействия;
- в. совокупность способностей обусловленные физическими данными человека, особенностями его эмоционального аппарата, своеобразием менталитета;
- г. Это индивидуальный облик или ореол, создаваемый средствами массовой информации, социальной группой или собственными усилиями личности в целях привлечения к себе внимания;

**2. Кто дал следующее определение имиджа: «Имидж – это индивидуальный облик или ореол, создаваемый средствами массовой информации, социальной группой или собственными усилиями личности в целях привлечения к себе внимания»; Дайте один правильный ответ:**

- а. В.М. Шепель;
- б. В.В. Оксамытный;
- в. П.А. Матющевская;
- г. А.Ю. Понасюк.

**3. Классический стиль благодаря простоте форм, практичности и узнаваемости. Подходит всем, независимо от фигуры, возраста. Стиль называется \_\_\_\_\_.**

**4. Имидж в переводе с английского языка означает:**

- а. впечатление;
- б. образ;
- в. оценка.

**5.носителем имиджа является:**

- а. фирма, организация;
- б. люди, лидеры общественного мнения;

**6. Когда имиджирование стало самостоятельным предметом?**

- а. в начале 1980 – х гг.
- б. с конца 1990 – х гг.
- в. с конца 1950 – х гг.

**7. Как называется специалист по созданию имиджа?**

- а. специалист по имиджу;
- б. имиджмейкер;
- в. носитель имиджа.

**8. Термины «имидж», «репутация», «идентичность», «организационная культура» являются:**

- а. синонимами;
- б. четко взаимосвязанными понятиями;

в. не являются взаимосвязанными между собой и изучаются различными науками.

**9. По признаку воспринимаемой аудитории различают:**

- а. социальный, управленческий, научный, обобщенный имиджи;
- б. внешний и внутренний имиджи организации;
- в. имидж организации в целом и имиджи отдельных подразделений.

**10. По функционально-технологическому признаку выделяют следующие разновидности имиджа:**

- а. желаемый и воспринимаемый, социо-ситуативный и постоянный;
- б. самоимидж и внешний имидж личности;
- в. обобщенный, функциональный, контекстный.

**11. Сотрудники организации являются объектом корпоративного имиджа:**

- а. Внешнего.
- б. Внутреннего.
- в. Осязаемого.
- г. Неосязаемого.

**12. Основой корпоративного имиджа являются:**

- а. Корпоративная философия.
- б. Корпоративная общественность.
- в. Руководитель организации.
- г. Позиционирование организации.

**13. Средовым имиджем человека является:**

- а. Его овеществленная продукция – предметы, вещи, которые он сделал, создал.
- б. Созданная им искусственно среда обитания.
- в. Его внешность.
- г. Его поведение.

**14. Габитарным имиджем человека является:**

- а. Его поведение.
- б. Его внешность.
- в. Созданная им искусственно среда обитания.
- г. Его речевая продукция.

**15. Овеществленным имиджем человека является:**

- а. Созданная им искусственно среда обитания.
- б. Его внешность.
- в. Его овеществленная продукция – предметы, вещи, которые он создал.
- г. Его поведение.

**16. В чем заключается алгоритм успешной самопрезентации?**

**17. Чем отличается процесс конструирования имиджа и управления имиджем?**

**18. Перечислите этапы формирования имиджа политика.**

**19. Дайте определение термину «самомаркетинг».**

**20. Приведите примеры рациональных PR-технологий предвыборной программы.**

**Критерии оценивания:**

**Максимальное количество баллов – 20.**

20-19 баллов выставляется, если студент выполнил работу без ошибок и недочетов, допустил не более одного недочета.

18-14 баллов, если студент выполнил работу полностью, но допустил в ней не более одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух недочетов.

13-10 баллов, если студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов.

9-0 баллов, если студент допустил число ошибок и недочетов превосходящее норму, или если правильно выполнил менее половины работы.

#### **Темы докладов**

1. «Прическа и внешность» (роль прически в имидже; требования при индивидуальном подборе прически).
2. «Колористика - эстетика тонов. Цветовая композиция» (определение цветоведения; термин «зрительное восприятие»; «вес» в одежде, прическе, макияже; что такое цвет, спектральные цвета).
3. «Искусство макияжа» (цветовая гамма макияжа; декоративная косметика; сезонные цветовые типы и их признаки; корректировка дефектов лица).
4. «Жест – средство коммуникации» (этнопсихологические особенности жестов, виды жестов,
5. «Умение выбирать и носить одежду» (правило создания стиля одежды; типы костюмов).
6. «Тенденции современной моды». (что такое мода; женская и мужская мода; модная колористическая гамма)

**Критерии оценивания:**

**Максимальное количество баллов – 20.**

20-17 баллов - тема работы совпадает с предложенной преподавателем, полностью раскрыта, рассуждения автора подкреплены содержательным анализом; допускается присутствие в тексте грамматических и стилистических ошибок (не более 2); соблюдены структура повествования и логика изложения мысли; работа оформлена согласно правилам;

16-13 баллов - тема работы совпадает с предложенной преподавателем, полностью раскрыта, рассуждения автора содержат элементы анализа; но в тексте присутствуют логические, грамматические, фактические и

стилистические ошибки (не более 5), при этом соблюдены структура повествования и логика изложения мысли; наблюдаются проблемы с оформлением работы;

12-10 баллов - тема работы совпадает с предложенной преподавателем, но не до конца раскрыта, рассуждения автора поверхностны и не содержат элементов анализа; в тексте присутствуют логические, грамматические, фактические и стилистические ошибки (более 5), но соблюдены структура повествования и логика изложения мысли;

9-6 баллов - тема работы частично не совпадает с предложенной преподавателем, присутствуют логические, грамматические, фактические и стилистические ошибки (более 10), нарушены структура повествования и логика изложения мысли;

5-3 балла - тема работы не совпадает с предложенной преподавателем; в тексте присутствуют логические, грамматические, фактические и стилистические ошибки (более 15), отсутствуют структура повествования и логика изложения мысли;

2-0 баллов - задание преподавателя не выполнено; в выполненном задании обнаруживаются следы плагиата – 0 баллов.

### Кейс-задание № 1

**Задание 1.** Провести анализ корпоративного имиджа по следующим пунктам:

- Внешняя атрибутика (название, фирменный стиль, символика, место расположения и пр.).
- Финансовое благополучие
- Имидж руководителя и его команды.
- Имидж персонала, корпоративная культура.
- Качество деятельности, образ продукции или услуги
- Дизайн офисных помещений. продукции.
- Деловые коммуникации, особенности управления организацией
- История организации, традиции
- Стоимость товара или услуг (сравнительные данные в динамике)
- Рекламная известность (паблисити).

**Задание 2.** Подготовить презентацию по одной из тем:

- Деловой стиль
- Кэжуал (Casual)
- Спортивный стиль
- Гламур
- Бохо
- Этно стиль
- Гранж
- Романтический стиль
- Преппи
- Минимализм
- Эклектика
- Нью-лук
- Бельевой стиль
- Пижамный стиль
- Ретро стиль
- Милитари стиль

Доклад готовится с презентацией: 25 слайдов, каждый слайд сопровождается заголовком, текстом и иллюстрацией – 50% текст, 40% иллюстрация, 10% заголовок (можно заменить слайды на вырезки из журналов, фотографии, картинки).

**Критерии оценивания:**

**Максимальное количество баллов – 20.**

20-17 баллов – кейс-задание выполнено полностью, в рамках регламента, установленного на публичную презентацию, студент(ы) приводит (подготовили) полную четкую аргументацию выбранного решения на основе качественно сделанного анализа. Демонстрируются хорошие теоретические знания, имеется собственная

обоснованная точка зрения на проблему(ы) и причины ее (их) возникновения. В случае ряда выявленных проблем четко определяет их иерархию. При устной презентации уверенно и быстро отвечает на заданные вопросы, выступление сопровождается приемами визуализации;

16-14 баллов – кейс–задание выполнено полностью, но в рамках установленного на выступление регламента, студент(ы) не приводит (не подготовили) полную четкую аргументацию выбранного решения. Имеет место излишнее теоретизирование, или наоборот, теоретическое обоснование ограничено, имеется собственная точка зрения на проблемы, но не все причины ее возникновения установлены;

13-9 баллов - кейс–задание выполнено более чем на 2/3, но в рамках установленного на выступление регламента, студент(ы) расплывчато раскрывает решение, не может четко аргументировать сделанный выбор, показывает явный недостаток теоретических знаний. Выводы слабые, свидетельствуют о недостаточном анализе фактов, в основе решения может иметь место интерпретация фактов или предположения;

8-0 баллов – кейс-задание не выполнено, или выполнено менее чем на треть. Отсутствует детализация при анализ кейса, изложение

устное или письменное не структурировано. Если решение и обозначено в выступлении или отчете-презентации, то оно не является решением проблемы, которая заложена в кейсе.

### **Кейс-задание № 2**

Разработайте проект:

Личностный имидж:

А) руководителя организации (по выбору);

Б) сотрудника организации (по выбору).

Основные требования к проекту

Ограниченность проекта, целостность, объективность и обоснованность, компетентность автора и персонала, жизнеспособность, требования к оформлению, ожидаемые результаты.

1. Ограниченность (по времени, целям и задачам, результатам и т.д.) – это характеристика проекта, позволяющая контролировать ход его реализации по четко определенным этапам на основании обозначенных, измеряемых результатов каждого этапа. Ограниченность проекта означает, что он содержит: этапы и конкретные сроки их реализации; четкие и измеряемые задачи; конкретные и измеряемые результаты; планы и графики выполнения работ; конкретное количество и качество ресурсов, необходимых для реализации.

2. Целостность – общий смысл проекта ясен и очевиден, каждая его часть соответствует общему замыслу и предполагаемому результату.

3. Последовательность и связность – логика построения частей, которые соотносятся и обосновывают друг друга. Цели и задачи напрямую вытекают из поставленной проблемы. Бюджет опирается на описание ресурсов и сочетается с планом.

4. Объективность и обоснованность – доказательность того, что идея проекта, подход к решению проблемы оказались не случайным образом, а являются следствием работы авторов по осмыслению ситуации и оценки возможностей воздействия на нее.

5. Компетентность автора и персонала – адекватное выражение осведомленности авторов в проблематике, средствах и возможностях решения вопроса. Владение персонала технологиями, механизмами, формами и методами реализации проекта.

6. Жизнеспособность – определение перспектив развития проекта в дальнейшем, возможности его реализации в других условиях, чем он может быть продолжен. Критерии оценки проектов: актуальность и новизна выбранной технологии, проработанность механизма осуществления, обоснованность и степень реальности осуществления представляемого проекта.

Вопросы, которые необходимо решить перед процедурой оценки:

1. Кто именно входит в круг лиц, участвующих в оценке результатов проекта? (Проектировщики, исполнители, независимые наблюдатели, потребители)

2. Что именно подлежит экспертизе и оценке? (Промежуточный или конечный результат, продукт, полученный в результате выполнения проекта, ход выполнения, личностные изменения или изменения среды)

3. Какие действия должны быть произведены для того, чтобы оценить проектный результат? (Рефлексивная и оценочная деятельность, оценочный инструментарий, публичное представление проекта в виде презентации, творческого отчета, рекламной акции и т.п.)

**Критерии оценивания:**

**Максимальное количество баллов – 20.**

20-15 баллов, если работа выполнена в соответствии с техническим заданием, при этом творческий материал имеет свое оригинальное название; правильно раскрыты все понятия и термины; интервью составлено в соответствии со всеми нормами и требованиями, предъявляемыми к публикациям подобного рода;

14-10 баллов, если работа выполнена в соответствии с техническим заданием, при этом творческий материал не имеет свое оригинальное название; неправильно раскрыты все понятия и термины; интервью составлено в соответствии со всеми нормами и требованиями, предъявляемыми к публикациям подобного рода;

9-5 баллов, если работа выполнена с нарушениями технических требований, при этом творческий материал не имеет свое оригинальное название; неправильно раскрыты все понятия и термины; в интервью нарушены нормы и требования, предъявляемые к публикациям подобного рода;

4-0 баллов, если работа выполнена с нарушениями технических требований, при этом творческий материал не имеет свое оригинальное название; неправильно раскрыты все понятия и термины; в интервью нарушены нормы и требования, предъявляемые к публикациям подобного рода.

**3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

**Текущий контроль** успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 2 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

**Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.**

Экзамен проводится по расписанию промежуточной аттестации в письменном виде. Количество вопросов в экзаменационном задании – 3. Проверка ответов и объявление результатов производится в день экзамена. Результаты аттестации заносятся в ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику промежуточной аттестации, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

## МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия.

В ходе лекционных занятий рассматриваются общетеоретические вопросы искусствоведения, даются рекомендации для самостоятельной работы и подготовке к практическим занятиям.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных на лекциях вопросов, развиваются навыки анализа художественных произведений разных жанров и видов

При подготовке к практическим занятиям каждый студент должен:

- изучить рекомендованную учебную литературу;
- изучить конспекты лекций;
- подготовить ответы на все вопросы по изучаемой теме;

По согласованию с преподавателем студент может подготовить реферат, доклад или сообщение по теме занятия. В процессе подготовки к практическим занятиям студенты могут воспользоваться консультациями преподавателя.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены студентами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы студентов над учебной программой курса осуществляется в ходе занятий методом устного опроса или посредством тестирования. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты лекций недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников. Выделить непонятные термины, найти их значение в энциклопедических словарях.

Студент должен готовиться к предстоящему лабораторному занятию по всем, обозначенным в рабочей программе дисциплины вопросам.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации студенты могут воспользоваться электронно-библиотечными системами. Также обучающиеся могут взять на дом необходимую литературу на абонементе университетской библиотеки или воспользоваться читальными залами.

### Методические рекомендации по оформлению доклада:

1. **Текст** работы должен быть распечатан на компьютере на одной стороне стандартного листа белой односторонней бумаги (формата А4) через два интервала. Размер левого поля 30 мм, правого – 10,5 мм, верхнего – 20 мм, нижнего – 20 мм. Поля слева оставляют для переплета, справа – для того, чтобы в строках не было неправильных переносов. При таких полях каждая страница текста содержит приблизительно 1800 знаков (30 строк по 60 знаков в строке, считая каждый знак препинания и пробел между словами также за печатный знак). Текст выравнивается по ширине.

Все страницы нумеруются начиная с титульного листа (на титульном листе номер страницы не ставится). Цифру, обозначающую порядковый номер страницы, ставят в середине верхнего поля страницы.

Каждая глава начинается с новой страницы. Это правило относится к другим основным структурным частям работы: Введение, Заключение, Библиографическому списку, Приложение.

Расстояние между названием главы и последующим текстом должно быть равно двум интервалам. Такое же расстояние выдерживается между заголовками главы и параграфа. Расстояния между основаниями строк заголовка принимают такими же, как и в тексте. Точку в конце заголовка, располагаемого посередине строки, не ставят. Не допускается подчеркивание заголовков и перенос слов в заголовке.

Фразы, начинающиеся с новой (красной) строки, печатают с абзацным отступом от начала строки, равным 1,25 см.

Таблицы, рисунки, чертежи, графики, фотографии как в тексте работы, так и в приложении должны быть выполнены на стандартных листах размером 210x297 мм (формат А – 4). Подписи и пояснения к фотографиям, рисункам помещаются с лицевой стороны.



Рукопись, рисунки, фотографии должны быть без пометок, карандашных исправлений, пятен и загибов, не допускаются набивка буквы на букву и дорисовка букв чернилами. Количество исправлений должно быть не более пяти на страницу и вноситься от руки чернилами черного цвета.

2. Главы и параграфы должны быть пронумерованы, что позволит составить *«Содержание»* работы. Для этого используются арабские цифры, прописные и строчные буквы в сочетании с делением на абзацы. В последнее время входит «в моду» чисто цифровая нумерация, когда самые крупные части нумеруются одной цифровой, их подразделы – двумя цифрами: номером части и номером раздела (например, раздел 2.1), параграфы – тремя цифрами (2.1.3). Такая система допускается отсутствие слов «часть», «раздел», «глава», «параграф».

3. *Библиографический аппарат* – весьма сложная часть работы. Во-первых, это ценное указание на источники по теме исследования для тех, кто будет читать работу; во-вторых, он позволяет судить о научной культуре автора, глубине его проникновения в тему и этичности его позиции по отношению к авторам используемых источников.

Библиографические описания в списках должны быть составлены в соответствии со следующими ГОСТами:

1. ГОСТ Р 7.0.100-2018 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления».

2. ГОСТ 7-82-2001 «Библиографическая запись. Библиографическое описание электронных ресурсов. Общие требования и правила составления».

3. ГОСТ 7.0.12-2011 «Библиографическая запись. Сокращение слов и словосочетаний в русском языке. Общие требования и правила».

### **Книги (монографии, учебники, словари, энциклопедии и т. д.)**

#### **– книги одного автора:**

Абаимов, В. Ф. Дендрология : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Лесное хозяйство" / В. Ф. Абаимов. – 3-е изд., перераб. – Москва : Академия, 2009. – 368 с.

#### **– книги двух авторов:**

Ковалев, В. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия : учебник для студентов вузов, обучающихся по спец. "Финансы и кредит", "Бухгалтерский учет, анализ и аудит" / В. В. Ковалев, О. Н. Волкова. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – Москва : Проспект, 2007. – 424 с.

#### **– книги трёх авторов:**

Бахвалов, Н. С. Численные методы : учеб. пособие для студ. физико-математ. спец. вузов / Н. С. Бахвалов, Н. П. Жидков, Г. М. Кобельков ; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. – 4-е изд. – Москва : БИНОМ. Лаб. знаний, 2006. – 636 с.

#### **– книги четырех авторов:**

История России : учебное пособие для вузов / В. Н. Быков, А. И. Иванов, В. П. Петров, А. Я. Борисов ; отв. ред. А. П. Сухов. – 2-е изд., перераб. и доп. – Санкт-Петербург : СПбЛТА, 2001. – 231 с.

#### **– книги более четырех авторов:**

Менеджмент в АПК : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии АПК" / Ю. Б. Королев, А. В. Николаев, И. Е. Соболев [и др.]. – Москва : КолосС, 2007. – 424 с.

#### **– книги под редакцией, составители и т. д.:**

Стратегический менеджмент : учеб. по специальности "Менеджмент организации" / под ред. А. Н. Петрова. – Санкт-Петербург : Питер, 2005. – 496 с.

**– методические и учебно-методические пособия:**

Математика. Самостоятельная работа студентов : метод. указания для подготовки дипломированных специалистов по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии (по отраслям)", 080507 "Менеджмент организации" / сост.: С. М. Полешиков, О. Н. Роттэ. – Сыктывкар : СЛИ, 2007. – 24 с.

**– отдельный том многотомного издания:**

Экономическая безопасность Республики Коми : в 2-х т. Т. 2 / Коми НЦ УрО РАН, Ин-т соц.-эконом. и энергет. проблем Севера ; ред.: В. Н. Лаженцев, В. И. Акопов. – Сыктывкар : [б. и.], 2003. – 478 с.

**Статьи из журналов и газет, главы из книг**

**– статьи из журнала одного автора:**

Локтионов, В. И. Проблема выбора метода оценки эффективности инвестиционных проектов, программ и стратегий в энергетике / В. И. Локтионов // Финансы и кредит. – 2012. – № 38. – С. 62-65.

**– статьи из журнала двух авторов:**

Киселева, В. В. Динамика типов леса и типов насаждений национального парка "Лосиный остров" / В. В. Киселева, Б. В. Галактионов // Лесной вестник. – 2019. – № 23. – С. 20-28.

**– статьи из журнала трёх авторов:**

Карманов, А. П. Применение методов нелинейной динамики для анализа результатов мониторинга сточных вод / А. П. Карманов, Л. С. Кочева, Т. Н. Щемелинина // Известия вузов. Лесной журнал. – 2014. – № 6. – С. 129-137.

**– статьи из журнала четырёх авторов:**

Дискуссии о денежно-кредитной политике и состоянии экономики: в поисках конструктивной критики / А. Могилат, Ю. К. Ачкасов, А. В. Егоров, А. В. Климовец // Вопросы экономики. – 2016. – № 5. – С. 25-43.

**– статьи из журнала более четырёх авторов:**

Росту и развитию агропромышленного производства необходим комплексный подход / И. Г. Ушачев, А. Ф. Серков, В. В. Маслова [и др.] // АПК: экономика, управление. – 2016. – № 4. – С. 4-14.

**– статьи из газеты:**

Богданович, С. Один день с Монди / С. Богданович // Огни Вычегды. – 2015. – № 15, 17 апр. – С. 3, 4.

**– статьи из сборника, материалы конференций:**

Двинянинова, Г. С. Комплимент: Коммуникативный статус или стратегия в дискурсе / Г. С. Двинянинова // Социальная власть языка : сб. науч. тр. / Воронеж. межрегионал. ин-т обществ. наук ; Воронеж. гос. ун-т, Фак. романно-герман. истории. – Воронеж, 2001. – С. 101–106.

**– раздел, глава из книги:**

Малый, А. И. Введение в законодательство Европейского сообщества / А. И. Малый // Институты Европейского союза : учеб. пособие / А. И. Малый, Дж. Кембелл, О. Нейл. – Архангельск, 2001. – Разд. 1. – С. 7–26.

**Диссертации, авторефераты диссертаций**

Князев, Е. Н. Антикризисное управление: принципы организации и механизмы принятия решений : специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями и комплексами: промышленности) : диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Князев Евгений Николаевич; науч. рук. В. Н. Задорожный ; Институт социально-экономических и энергетических проблем Севера КНЦ УрО РАН. – Сыктывкар, 2002. – 206 с.

**Примеры библиографического описания электронных ресурсов**

– *нормативно-правовые акты, ГОСТы, СП, федеральные законы, приказы и т.д.* :

Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) : от 05 авг. 2000 г. : принят Гос. Думой 16 июля 1998 г. : одобр. Советом Федерации 17 июля 1998 г.: ред. от 15.04.2019 // СПС «КонсультантПлюс» (дата обращения: 10.10.2019).

- *книги с электронно-библиотечных систем («Университетская библиотека онлайн»)*

Ирзаев, Г. Х. Экспертные методы управления технологичностью

промышленных изделий : монография / Г. Х. Ирзаев ; Университетская библиотека онлайн (ЭБС). – Москва : Инфра-Инженерия, 2010. – 192 с. – URL: <http://www.biblioclub.ru/book/70522/> (дата обращения: 01.10.2019).

– *книга, методическое пособие:*

Дипломное проектирование : метод. указания по подготовке дипломных проектов для студентов специальности 220301 "Автоматизация технологических процессов и производств" заочной формы обучения : самост. учеб. электрон. изд. / Сыкт. лесн. ин-т – фил. ГОУ ВПО "С.-Петерб. гос. лесотехн. акад. им. С. М. Кирова", Каф. автоматизации технол. процессов и производств ; сост.: В. И. Семеновых, Н. В. Белозерова, Е. Ю. Сундуков. Сыктывкар : СЛИ, 2009. – URL: <http://lib.sfi.komi.com/ft/301-000091.pdf> (дата обращения: 14.10.2019).

– *статьи из журналов, представленных в электронном виде:*

Калимуллин, Т. Р. Российский рынок диссертационных услуг / Т. Р.

Калимуллин ; Изд-во «Лань» (ЭБС) // Экономическая социология. – 2005. – Т. 6, № 4. – С. 14–38. – URL: <http://www.ecsoc.msses.ru/Mag.php> (дата обращения: 23.12.2019).

– *статьи из электронных журналов:*

Петров, А. В. Обучение студентов СПО основам создания баз данных в MySQL / А. В. Петров // Научное образование : электронный журнал. – URL: <http://www.nilc.ru/journal/>. – Дата публикации: 21. 04. 2019.

– *сайт в целом:*

Википедия : [сайт]. – URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki> (дата обращения: 01.11.2019).

– *раздел из сайта:*

Лесоводство // Википедия : [сайт]. – URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki> (дата обращения: 01.11.2019).

#### **CD–диски**

Художественная энциклопедия зарубежного классического искусства. – Москва: Большая Рос. энцикл., 1996. – 1 (CD-ROM).