

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность:

Документ подписан в

Дата подписания: 22.03.2025 08:44:29

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

Т.К. Платонова

«20» мая 2025 г.

## **Рабочая программа дисциплины**

### **Имиджелогия**

Направление подготовки

39.03.03 Организация работы с молодежью

Направленность (профиль) программы бакалавриата

39.03.03.01 Социо-культурное и технологическое обеспечение работы с молодежью

Для набора 2025 года

Квалификация

Бакалавр

**КАФЕДРА            Экономическая теория**

**Распределение часов дисциплины по семестрам / курсам**

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	96	96	96	96
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	180	180	180	180

**ОСНОВАНИЕ**

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 28.02.2025 г. протокол № 9.

Программу составил(и): к.п.н., доцент, Гвалдин Александр Юрьевич

Зав. кафедрой: д.э.н., профессор Н.Г. Кузнецов

Методический совет: д.э.н., профессор Д.Д. Костоглодов

### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Формирование представлений о содержании понятия, классификации, критериях оценки и социальном назначении имиджологии.
-----	---

### 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни**

**ПК-3. Способен использовать социально-технологические методы при осуществлении профессиональной деятельности**

#### В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**Знать:**

- основные принципы профессионального и личностного развития, исходя из этапов карьерного роста и требований рынка труда; способы совершенствования своей деятельности на основе самооценки (соотнесено с индикатором УК-6.1);
- социально-технологические методы при осуществлении профессиональной деятельности (соотнесено с индикатором ПК-3.1);

**Уметь:**

- решать задачи собственного профессионального и личностного развития, включая задачи изменения карьерной траектории; расставлять приоритеты (соотнесено с индикатором УК-6.2)
- использовать социально-технологические методы при осуществлении профессиональной деятельности.(соотнесено с индикатором ПК-3.2)

**Владеть:**

- навыками управления своей познавательной деятельностью и ее совершенствования на основе самооценки и принципов образования в течение всей жизни (соотнесено с индикатором УК-6.3);
- навыками использования социально-технологических методов при осуществлении профессиональной деятельности (соотнесено с индикатором ПК-3.3).

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### Раздел 1. «Теоретические вопросы изучения дисциплины»

№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
1.1	"Проблема имиджа в современной науке." Имидж – основное понятие публич рилейшнз. Имиджелогия как междисциплинарная отрасль знания. Различные подходы к пониманию имиджа в современной науке. Имидж и бренд, мнение, репутация. Символическая природа имиджа и семиотический подход. Имидж как образ. Стихийность и целенаправленность в формировании имиджа. Понятие имиджа, его социально-психологическая природа. Имидж и теория социального познания. Имидж и стереотип. Круг носителей имиджа: личности, организации, профессии, товары и т.д. Современная концепция имиджа, его свойства и функции	Лекционные занятия	7	4	УК-6 ПК-3
1.2	"Проблема имиджа в современной науке." Имидж – основное понятие публич рилейшнз. Имиджелогия как междисциплинарная отрасль знания. Различные подходы к пониманию имиджа в современной науке. Имидж и бренд, мнение, репутация. Символическая природа имиджа и семиотический подход. Имидж как образ. Стихийность и целенаправленность в формировании имиджа. Понятие имиджа, его социально-психологическая природа. Имидж и теория социального познания. Имидж и стереотип. Круг носителей имиджа: личности, организации, профессии, товары и т.д. Современная концепция имиджа, его свойства и функции	Практические занятия	7	8	УК-6 ПК-3
1.3	1.Современная концепция имиджа, его свойства и функции. 2.Типология имиджей	Самостоятельная работа	7	16	УК-6 ПК-3
1.4	«Формирование имиджа: основные понятия.» Имиджирование и имиджмейкинг: соотношение понятий. Имиджмейкинг как система. Прототип имиджа. Аудитория имиджа. Имиджформирующая информация. Каналы передачи информации. Проблема объекта и субъекта имиджа. Тройственное понимание субъекта имиджа: субъект воспринимающий (аудитория), субъект транслирующий (прообраз) и субъект формирующий (имиджмейкер). Формирование имиджа как субъект-субъектное взаимодействие.	Лекционные занятия	7	2	УК-6 ПК-3

	Имидж как продукт нецеленаправленной и целенаправленной деятельности. Аттракция – конечная цель формирования положительного имиджа. Использование ресурсов сознания и подсознания для формирования имиджа. Имиджирование и нормы морали.				
1.5	«Формирование имиджа: основные понятия.» Имиджирование и имиджмейкинг: соотношение понятий. Имиджмейкинг как система. Прототип имиджа. Аудитория имиджа. Имиджформирующая информация. Каналы передачи информации. Проблема объекта и субъекта имиджа. Тройственное понимание субъекта имиджа: субъект воспринимающий (аудитория), субъект транслирующий (прообраз) и субъект формирующий (имиджмейкер). Формирование имиджа как субъект-субъектное взаимодействие. Имидж как продукт нецеленаправленной и целенаправленной деятельности. Аттракция – конечная цель формирования положительного имиджа. Использование ресурсов сознания и подсознания для формирования имиджа. Имиджирование и нормы морали.	Практические занятия	7	4	УК-6 ПК-3
1.6	1.Имиджирование и нормы морали	Самостоятельная работа	7	16	УК-6 ПК-3
1.7	«Типы современных имиджей». Габитарный имидж.Вербальный имидж.Кинетический имидж.Овещественный имидж.Средовый имидж.Составляющие имиджа политического лидера. Основные приемы формирования имиджа политического лидера. Психологическое содержание, общие требования и условия формирования политического имиджа.	Лекционные занятия	7	2	УК-6 ПК-3
1.8	«Типы современных имиджей». Габитарный имидж.Вербальный имидж.Кинетический имидж.Овещественный имидж.Средовый имидж.Составляющие имиджа политического лидера. Основные приемы формирования имиджа политического лидера. Психологическое содержание, общие требования и условия формирования политического имиджа.	Практические занятия	7	4	УК-6 ПК-3
1.9	1. Сущность понятия «политическое лидерство женщины» и «женщиныполитики». 2. Основные, детерминированные социальной средой составляющие имиджа женщины-политика; 3. Применение технологий формирования имиджа в контексте «политик – женщина». 4. Факторы формирования и адекватное им технологическое обеспечение имиджа женщин-политиков.	Самостоятельная работа	7	16	УК-6 ПК-3

## Раздел 2. «Формирование профессионального имиджа личности и организации»

№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
2.1	"Персональный деловой имидж". Понятие, атрибуты персонального делового имиджа. Концепция персонального делового имиджа. Стереотипы в формировании делового персонального имиджа. Влияние социальной среды на формирование персонального делового имиджа. Роль социального имиджа в жизни и деятельности человека. Внутренние факторы, определяющие персональный деловой имидж: уровень нравственности, интеллектуальные, художественные, информационные качества личности, склонность к общению и лидерству, коммуникабельность, эмпатичность, психическое здоровье и др. «Я-концепция» – основа персонального имиджа. Три уровня «Я-концепции». Анализ «Я-внутреннего» и «Язеркального». Имидж специалиста по работе с молодежью. Стратегии и технологии формирования имиджа молодежных лидеров через социальные сети.	Лекционные занятия	7	4	УК-6 ПК-3
2.2	"Персональный деловой имидж". Понятие, атрибуты персонального делового имиджа. Концепция персонального делового имиджа. Стереотипы в формировании делового персонального имиджа. Влияние социальной среды на формирование персонального делового имиджа. Роль социального имиджа в жизни и деятельности человека. Внутренние факторы, определяющие персональный деловой имидж: уровень нравственности, интеллектуальные, художественные, информационные качества личности, склонность к общению и лидерству, коммуникабельность, эмпатичность, психическое здоровье и др. «Я-концепция» – основа персонального имиджа. Три уровня «Я-концепции». Анализ «Я-внутреннего» и «Язеркального». Имидж специалиста по работе с молодежью.Стратегии и технологии	Практические занятия	7	8	УК-6 ПК-3

	формирования имиджа молодежных лидеров через социальные сети.				
2.3	1. Стандартизированные оценки имиджа персонала с целью его служебного продвижения. 2. Самосовершенствование имиджа как фактор развития карьерного потенциала и конкурентоспособности. 3. Имидж лидеров молодежной политики России.	Самостоятельная работа	7	16	УК-6 ПК-3
2.4	«Имидж мероприятия в сфере молодежной политики». Виды мероприятий в сфере молодежной политики. Имидж и бренд молодежных форумов Росмолодежи. Имидж и бренд региональных молодежных мероприятий. Брендбук молодежных мероприятий.	Лекционные занятия	7	2	УК-6 ПК-3
2.5	«Имидж мероприятия в сфере молодежной политики». Виды мероприятий в сфере молодежной политики. Имидж и бренд молодежных форумов Росмолодежи. Имидж и бренд региональных молодежных мероприятий. Брендбук молодежных мероприятий.	Практические занятия	7	4	УК-6 ПК-3
2.6	1. Профессиональный имидж государственных служащих. 2. Карьера и имидж .	Самостоятельная работа	7	16	УК-6 ПК-3
2.7	"Корпоративный имидж". Понятие корпоративного имиджа, виды и его элементы. Позиционирование организации как функция корпоративного имиджа. Внешний и внутренний имидж организации. Корпоративная культура как основа корпоративного имиджа. Уровни культуры организации коллектива. Факторы, определяющие социально- психологический климат коллектива.	Лекционные занятия	7	2	УК-6 ПК-3
2.8	"Корпоративный имидж". Понятие корпоративного имиджа, виды и его элементы. Позиционирование организации как функция корпоративного имиджа. Внешний и внутренний имидж организации. Корпоративная культура как основа корпоративного имиджа. Уровни культуры организации коллектива. Факторы, определяющие социально- психологический климат коллектива.	Практические занятия	7	4	УК-6 ПК-3
2.9	1. Имидж государственных органов исполнительной власти, реализующих молодежную политику на федеральном, региональном уровне. 2. Имидж муниципальной молодежной политики. 3. Имидж молодежной организации.	Самостоятельная работа	7	16	УК-6 ПК-3
2.10	Подготовка к промежуточной аттестации	Экзамен	7	36	УК-6 ПК-3

#### 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

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

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

##### 5.1. Учебные, научные и методические издания

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Библиотека / Количество
1		Общество: социология, психология, педагогика: журнал		ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
2	Головлева, Е. Л., Грибок, Н. Н., Мухаев, Р. Т.	Молодежная имиджелогия: учебное пособие и учебно-методические рекомендации	Москва: Московский гуманитарный университет, 2015	ЭБС «IPR SMART»
3	Беляева, М. А., Самкова, В. А.	Азы имиджелогии. Имидж личности, организации, территории: учебное пособие для вузов	Москва, Екатеринбург: Кабинетный ученый, 2017	ЭБС «IPR SMART»
4		Вестник Костромского государственного университета имени Н.А. Некрасова. Серия: Педагогика. Психология. Социальная работа. Ювенология. Социокинетика: журнал		ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
5	Аржанова К. А., Довжик Г. В.	Социально-психологические механизмы формирования имиджа: монография	Москва, 2021	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
6	Горчакова-Сибирская, М. П.	Теоретические основы проектирования имиджа: монография	Санкт-Петербург: Международный банковский институт имени Анатолия Собчака, 2018	ЭБС «IPR SMART»

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Библиотека / Количество
7	Андреева С.В.	Имиджелогия: Учебное пособие	Кемерово: ФГБОУ ВО "Кемеровский государственный институт культуры", 2017	ЭБС «Znanium»
8	Кошлякова М.О.	Социальное пространство имиджа: Монография	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022	ЭБС «Znanium»

### 5.2. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Консультант +

База данных «Библиотека управления» - Корпоративный менеджмент <https://www.cfin.ru/rubricator.shtml>

### 5.3. Перечень программного обеспечения

Операционная система РЕД ОС

Libre Office

### 5.4. Учебно-методические материалы для обучающихся 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
<b>УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</b>			
<p><b>Знать:</b> - основные принципы профессионального и личностного развития, исходя из этапов карьерного роста и требований рынка труда; способы совершенствования своей деятельности на основе самооценки</p>	<p>Воспроизводит методы самоорганизации и самообразования, правовые, экологические и этические аспекты профессиональной деятельности; закономерности профессионально-творческого и культурно-нравственного развития.</p>	<p>Полнота, правильность, осознанность воспроизведения методов самоорганизации и самообразования, правовых, экологических и этических аспектов профессиональной деятельности; закономерностей профессионально-творческого и культурно-нравственного развития.</p>	<p>Вопросы к экзамену (1-22), темы для реферата (1-56), круглый стол (1-4), темы эссе (1-20)</p>
<p><b>Уметь:</b> - решать задачи собственного профессионального и личностного развития, включая задачи изменения карьерной траектории; расставлять приоритеты</p>	<p>Составляет план самообразования, развития в себе лидерских качеств; анализирует культурную, профессиональную и личностную информацию в целях повышения своей квалификации и совершенствования личностных качеств.</p>	<p>Реалистичность плана, использование при составлении плана и анализе возможностей сети Интернет.</p>	<p>Вопросы к экзамену (1-22), темы для реферата (1-56), круглый стол (1-4), темы эссе (1-20)</p>
<p><b>Владеть:</b> - навыками управления своей познавательной деятельностью и ее совершенствования на основе самооценки и принципов образования в течение всей жизни</p>	<p>Проигрывание информационного обеспечения самообразования; обновления социально-культурных, психологических, профессиональных знаний; использования структурных методов групповой работы</p>	<p>адекватность методов самообразования, групповой работы игровой и учебной задачам</p>	<p>Вопросы к экзамену (1-22), темы для реферата (1-56), круглый стол (1-4), темы эссе (1-20)</p>
<b>ПК-3: Способен использовать социально-технологические методы при осуществлении</b>			

<b>профессиональной деятельности</b>			
<b>Знать:</b> - социально-технологические методы при осуществлении профессиональной деятельности.	Воспроизводит основные социально-технологические методы осуществления профессиональной деятельности.	Полнота, правильность, осознанность воспроизведения основных социально-технологических методов осуществления профессиональной деятельности;	Вопросы к экзамену (1-22), темы для реферата (1-56), круглый стол (1-4), темы эссе (1-20)
<b>Уметь:</b> - использовать социально-технологические методы при осуществлении профессиональной деятельности	Анализирует специфику использования социально-технологических методов при осуществлении профессиональной деятельности.	Аналитичность, активность при обсуждении, проявление толерантности к различным точкам зрения	Вопросы к экзамену (1-22), темы для реферата (1-56), круглый стол (1-4), темы эссе (1-20)
<b>Владеть:</b> - навыками использования социально-технологических методов при осуществлении профессиональной деятельности	Моделирует ситуации формирования имиджа молодежных организаций с использованием социально-технологических методов.	Адекватность методов поставленной профессиональной задаче.	Вопросы к экзамену (1-22), темы для реферата (1-56), круглый стол (1-4), темы эссе (1-20)

## 1.2 Шкалы оценивания:

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале (экзамен / курсовая работа):

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. Имидж – основное понятие публич рилейшнз.
2. Имиджелогия как междисциплинарная отрасль знания.
3. Различные подходы к пониманию имиджа в современной науке.
4. Имидж и бренд, мнение, репутация.
5. Символическая природа имиджа и семиотический подход. Имидж как образ.
6. Стихийность и целенаправленность в формировании имиджа.
7. Понятие имиджа, его социально-психологическая природа.
8. Имидж и теория социального познания. Имидж и стереотип.
9. Круг носителей имиджа: личности, организации, профессии, товары и т.д.
10. Современная концепция имиджа, его свойства и функции.
11. Имиджирование и имиджмейкинг: соотношение понятий. Имиджмейкинг как система.
12. Аудитория имиджа и имиджформирующая информация.
13. Проблема объекта и субъекта имиджа.

14. Тройственное понимание субъекта имиджа: субъект воспринимающий (аудитория), субъект транслирующий (прообраз) и субъект формирующий (имиджмейкер).
15. Формирование имиджа как субъект-субъектное взаимодействие.
16. Имидж как продукт нецеленаправленной и целенаправленной деятельности.
17. Использование ресурсов сознания и подсознания для формирования имиджа.
18. Имиджирование и нормы морали.
19. Типы современных имиджей.
20. Элементы личностного имиджа.
21. Имидж и его влияние на развитие карьеры.
22. Технологии создания персонального делового имиджа.

#### **Критерии оценивания:**

- оценка «отлично» (85-100 баллов) баллов выставляется студентам за полный и правильный ответ на основании изученной теории. Материал изложен в определенной логической последовательности, научным языком, ответ самостоятельный
- оценка «хорошо» (68-84 балла) выставляется студентам за полный и правильный ответ на основании изученной теории. Материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены две-три несущественные ошибки, исправленные по требованию преподавателя.
- оценка «удовлетворительно» (50-67 баллов) ставится студентам за полный и правильный ответ на основании изученной теории, при этом был допущен ряд существенных ошибок, либо ответ является не полным, или не связным.
- оценка «неудовлетворительно» (0-49 баллов) ставится студентам при обнаружении непонимания учащимся основного содержания учебного материала, при допущении студентом ряда существенных ошибок, которые он не смог исправить даже при наводящих вопросах преподавателя, при отсутствии ответа.

#### **Примерные темы для реферата.**

1. Имидж руководителя молодежной организации.
2. Функция идеологии в формировании имиджа организации.
3. Корпоративный имидж современных молодежных организаций.
4. Структура имиджа. Структурный подход к формированию имиджа.
5. Типология имиджей.
6. Функции персонального имиджа.
7. Функции имиджа организации.
8. Анализ имиджа конкретного исторического лица (власть, политика, искусство).
9. Генезис деятельности по формированию имиджа. Анализ имиджа социальноисторического типа (фараон, свободный гражданин, монах, рыцарь, буржуа и т.п.).
10. Эстетический аспект имиджа. Специфика эстетического компонента в имиджевом решении.
11. Психологический аспект персонального имиджа. Условия и предпосылки формирования эффективного персонального имиджа.
12. Имидж делового человека. Проблемы формирования и поддержания персонального имиджа в бизнес-среде.
13. Проблема соотношения имиджевых и этикетных требований в бизнес-сфере.
14. Роль корпоративной культуры в формировании имиджа фирмы.
15. Имидж как объект моделирования. Алгоритмы формирования имиджа.
16. Визуальное, вербальное, событийное, контекстное измерения имиджа.
17. Инструментарий имиджологии. Типология средств создания имиджа. Условия и границы их применения и т.п.
18. Проблема соотношения субъекта и контекста в имиджевом решении.
19. Мифологизация как инструмент формирования имиджа (политика, шоу-бизнес, брендинг).
20. Роль стереотипов в создании и восприятии имиджа.

21. Проблема визуализации имиджа.
22. Роль цвета в создании имиджа.
23. Роль выразительных форм в создании имиджа.
24. Проблема оценки составляющих корпоративного имиджа.
25. Соотношение корпоративной философии и корпоративного имиджа: теоретический и прикладной аспекты.
26. Социальный имидж организации.
27. Бизнес-имидж организации.
28. Образ российского бизнеса: пути становления и проблемы.
29. Роль PR в формировании позитивного корпоративного имиджа.
30. Имидж политика: теоретические проблемы, методы анализа.
31. Соотношение общего и индивидуального в имидже политического лидера.
32. Имидж в публичной политике.
33. Роль аудитории (обратной связи с аудиторией) в формировании (управлении) имиджа.
34. Проблемы создания и восприятия имиджа в шоу-бизнесе.
35. Имидж творческого человека: необходимые элементы, стратегии продвижения.
36. Имидж женщины (-политика, бизнес и т.п.).
37. Имидж и мода. Имидж лидеров моды на разных исторических этапах.
38. Корпоративный имидж: сущность, функции, структура, стратегия формирования.
39. Корпоративный имидж и репутация.
40. Социальный имидж организации: анализ конкретного примера.
41. Имидж города (региона): определение необходимых элементов, закономерности их взаимодействия, соотношение стихийного и рационально-формируемого имиджей.
42. Социокультурные составляющие имиджа современного российского города (архитектура, история, символика, реклама, организация пространства, экология и т.п.).
43. Имидж специализированного издания (медиасобытия).
44. Имидж в науке.
45. Имидж культурно-образовательного учреждения (в рамках программы сотрудничества с музеями области).
46. Имидж общественного (религиозного) движения.
47. Роль имиджа в туристическом бизнесе.
48. Управление имиджем (на примере организации или персоны).
49. Сайт как средство формирования (управления) имиджа.
50. Мониторинг сформированного имиджа. Пути и средства корректировки имиджа.
51. Фирменный стиль как средство создания визуального имиджа организации.
52. Пути и методы оптимизации текущего имиджа.
53. Нейтрализация последствий воздействия «черного» PR средствами имиджбилдинга.
54. Акция как средство управления имиджем. Методы разработки и реализации сценария акции.
55. Имидж и образ: соотношение имиджмейкинга и рекламной деятельности.
56. Этические и коммуникативные проблемы имиджмейкинга.

#### Критерии оценивания:

10-8 баллов выставляется студенту, если изложенный материал фактически верен, продемонстрированы глубокие исчерпывающие знания в объеме пройденной программы в соответствии с поставленными программой курса целями и задачами обучения, изложение материала при ответе - грамотное и логически стройное;

7-4 балла выставляется студенту, если продемонстрированы твердые и достаточно полные знания в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с целями обучения; материал изложен достаточно полно с отдельными логическими и стилистическими погрешностями;

1-3 балла выставляется студенту при обнаружении непонимания учащимся основного содержания материала, при допущении студентом ряда существенных ошибок, которые он не смог исправить даже при наводящих вопросах преподавателя.

- 0 балл выставляется обучающемуся, если тема не раскрыта, студент не ответил на дополнительные вопросы, отрывочно владеет содержанием материала.

Максимальное количество баллов: 40

4 занятий  $\times 10 = 40$

### **Примерные перечень дискуссионных тем для круглого стола**

1. Чем отличается имидж советского молодого человека от имиджа постсоветского молодого человека?
2. Какие технологии, инструменты и средства создания привлекательного имиджа России используются в современной ситуации?
3. Что лучше для организатора работы с молодежью – имидж или быть самим собой?
4. Роль имиджа в жизни современного человека: преувеличена или это необходимость в современной жизни?

### **Критерии оценивания:**

-10 баллов выставляется студенту, если он тщательно анализировал проблему, проявляя уважение и терпимость к точкам зрения оппонентов, принимая различия, которые существуют между людьми, вовлеченными в дебаты; при обсуждении воздерживался от личных нападок на своих оппонентов, спорил в дружественной манере; язык и жесты, используемые студентом отражали его уважение к другим;

был честным и точным в полную меру своих познаний, представляя поддержку и информацию; никогда умышленно не искажал факты, примеры или мнения; внимательно слушал своих оппонентов и постарался сделать все, чтобы не исказить их слова во время дебатов.

-5-9 баллов выставляется студенту, если он в основном тщательно анализировал проблему, проявляя уважение и терпимость к точкам зрения оппонентов, принимая различия, которые существуют между людьми, вовлеченными в дебаты; при обсуждении воздерживался от личных нападок на своих оппонентов, в основном спорил в дружественной манере; язык и жесты, используемые студентом, в основном отражали его уважение к другим; был честным, но не всегда точным, представляя поддержку и информацию; никогда умышленно не искажал факты, примеры или мнения; не всегда внимательно слушал своих оппонентов и постарался не исказить их слова во время дебатов.

-1-4 балла выставляется студенту, если он недостаточно тщательно анализировал проблему, не всегда проявлял уважение и терпимость к точкам зрения оппонентов, принимая различия, которые существуют между людьми, вовлеченными в дебаты; при обсуждении допускал личные нападки на оппонентов, в основном спорил в дружественной манере, но часто язык и жесты, используемые студентом, не отражали его уважение к другим; был не точным, представляя поддержку и информацию; иногда умышленно искажал факты, примеры или мнения; не всегда внимательно слушал своих оппонентов иногда искажал их слова во время дебатов.

-0 баллов выставляется студенту, если он не анализировал проблему, не проявлял уважение и терпимость к точкам зрения оппонентов, принимая различия, которые существуют между людьми, вовлеченными в дебаты; при обсуждении допускал личные нападки на оппонентов, спорил в недружественной манере, язык и жесты, используемые студентом, его неуважение к другим; умышленно искажал факты, примеры или мнения; не внимательно слушал своих оппонентов и искажал их слова во время дебатов или, если студент был пассивен во время дебатов.

Максимальное количество баллов: 40

4 темы  $\times 10 = 40$

### **Темы эссе**

1. Факторы формирования положительной репутации компании.
2. Способы формирования желаемого имиджа личности.
3. Современный имиджмейкер и его функции.
4. Профессиональный имидж организатора работы с молодежью и его компоненты.
5. Я и мой речевой имидж.

6. «По одежке встречают – по уму провожают»: забытая традиция или современный постулат?
7. Я-концепция как совокупность установок и имидж.
7. Имидж в системе индивидуального поведения и социального влияния.
8. Создание имиджа как способ преодоления когнитивного диссонанса.
9. Миф и имидж — общее и уникальное
10. Национальные особенности возникновения имиджа и мифа.
11. Роль коллективного бессознательного при формировании имиджа.
12. Позиционирование как инструмент имиджологии.
13. Манипулирование как инструмент имиджологии.
14. Вербализация как инструмент имиджологии.
15. Детализация как инструмент имиджологии.
16. Цивилизационные особенности функционирования мифа и имиджа.
17. Психологические приемы привлечения и удержания внимания аудитории.
18. Имидж организации: структура и психологические факторы эффективности.
19. Имиджеформирующие характеристики руководителя.
20. Социальная ответственность как современная имиджевая характеристика организации.

#### **Критерии оценивания:**

-5-4 балла выставляется студенту, если изложенный материал фактически верен, продемонстрированы глубокие исчерпывающие знания в объеме пройденной программы в соответствии с поставленными программой курса целями и задачами обучения, изложение материала при ответе - грамотное и логически стройное;

-3-2 балла выставляется студенту, если продемонстрированы твердые и достаточно полные знания в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с целями обучения; материал изложен достаточно полно с отдельными логическими и стилистическими погрешностями;

-1 балл выставляется студенту, если продемонстрированы твердые знания в объеме пройденного курса в соответствии с целями обучения, ответ содержит отдельные ошибки, уверенно исправленные после дополнительных вопросов;

- 0 баллов выставляется обучающемуся, если эссе не подготовлено.

Максимальная сумма баллов: 20 баллов  
20 баллов (4 темы по 5 баллов).

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

#### **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 экзамена

Экзамен проводится по расписанию промежуточной аттестации в устной форме. Количество вопросов в задании – 2. Объявление результатов производится в день экзамена. Результаты аттестации заносятся в ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику, 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 темы, которые входят в содержание курса, 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 применения современного математического инструментария для решения экономических задач; сбора, обработки и анализа информации; представления результатов анализа, даются рекомендации для самостоятельной работы и подготовке к практическим занятиям

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 доклад 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 оценивания выполненных рефератов и эссе. 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.

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.