

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт филологии и журналистики

(факультет / институт / филиал)

УТВЕРЖДЕНО
Ученый совет ННГУ

Рабочая программа дисциплины

Имиджелогия

(наименование дисциплины (модуля))

Уровень высшего образования

бакалавриат

(бакалавриат / магистратура / специалитет)

Направление подготовки / специальность

Направление подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

(указывается код и наименование направления подготовки / специальности)

Направленность образовательной программы

Профили подготовки – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере,

Реклама и связи с общественностью в государственном и муниципальном

управлении

(указывается профиль / магистерская программа / специализация)

Форма обучения

Очная, заочная

(очная / очно-заочная / заочная)

Нижегород

2022 год

Лист актуализации

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК
__ 2019 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2019-2020 учебном году на заседании кафедры

Протокол от ____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК
__ 20__ г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2020-2021 учебном году на заседании кафедры

Протокол от ____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК
__ 20__ г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2021-2022 учебном году на заседании кафедры

Протокол от ____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК
__ 20__ г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2022-2023 учебном году на заседании кафедры

Протокол от ____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части, к части, формируемой участниками образовательных отношений. Код дисциплины Б1.В.11

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции* (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине**	
ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	<p>Уметь использовать в практической деятельности знания о теоретических и практических аспектах планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий;</p> <p>Знать основные теоретические и практические аспекты планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий;</p> <p>Владеть практическими навыками участия в планировании и организации коммуникационных кампаний и мероприятий</p>	Эссе, контрольная работа; вопросы к экзамену
ПК-3 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-3.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	<p>Уметь использовать основные маркетинговые инструменты при планировании и производстве и (или) реализации коммуникационного продукта;</p> <p>Знать основные маркетинговые Инструменты, используемые при планировании и производстве и (или) реализации коммуникационного продукта;</p> <p>Владеть навыками использования в практической деятельности основных маркетинговых</p>	Коллоквиум, контрольная работа; вопросы к экзамену

		инструментов при планировании и производстве и (или) реализации коммуникационного продукта.	
ПК-7 Участвует в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-7.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	<p>Уметь использовать особенности и основные методы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Знать особенности и основные методы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Владеть практическими навыками реализации основных методов планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	Контрольная работа; тесты, вопросы к экзамену

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная форма обучения	очно-заочная форма обучения	заочная форма обучения
Общая трудоемкость	4 ЗЕТ	___ ЗЕТ	___ ЗЕТ
Часов по учебному плану	144		
в том числе			
аудиторные занятия (контактная работа):			
- занятия лекционного типа	16		
- занятия семинарского типа	16		
- РКС	2		
самостоятельная работа	110		
Промежуточная аттестация – экзамен	36		

3.2. Содержание дисциплины

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины	Всего (часы)			в том числе													
				Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы									Самостоятельная работа обучающегося, часы				
				из них													
	Очная	Очно-заочная	Заочная	Занятия лекционного типа			Занятия семинарского типа			Занятия лабораторного типа			Всего				
Очная				Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная			
Тема 1 Предмет, функции и методы имиджологии.				1			1					2			12		
Тема 2 Роль мифа в общественном сознании и его трансформации с древних времен до наших дней				2			2					4			12		
Тема 3 Типология имиджей в различных коммуникативных контекстах				1			1					2			12		
Тема 4 Позиционирование и смена формата как приемы формирования имиджа				2			2					4			12		
Тема 5 Эмоционализация, мифологизация и дистанцирование				2			2					4			12		
Тема 6 Замена целей, метафоризация, детализация, НЛП				2			2					4			12		
Тема 7 Корпоративный имидж организации				2			2					4			12		
Тема 8 Имидж руководителя				2			2					4					

организации и персонала																	
Тема 9 Имидж города, региона, государства			2		2					4			14				
Итого			16		16					32			110				

Текущий контроль успеваемости реализуется в рамках занятий семинарского типа.

Промежуточная аттестация проходит в традиционных форма (зачет, экзамен)

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Виды самостоятельной работы: подготовка к семинарскому занятию; подготовка к семинару-конференции; подготовка к контрольной работе; подготовка к коллоквиуму; подготовка к экзамену.

Имиджелогия: С.В. Белковский. Учебно-методический комплекс. – Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет, 2010. – 34 с.

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведены в п. 6.2.

5. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю), включающий:

5.1. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	Шкала оценивания сформированности компетенций						
	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	Не зачтено		зачтено				
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько незначительных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных	При решении стандартных	Продемонстрированы	Продемонстрированы все	Продемонстрированы все	Продемонстрированы все	Продемонстрированы все

	х умений . Невозможно сть оценить наличие умений вследствие отказа обучающего я от ответа	задач не продемонстр ированы основные умения. Имели место грубые ошибки.	основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания но не в полном объеме.	основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	основные умения. Решены все основные задачи . Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	основные умения, реше ны все основные задачи с отдельными несуществен ным недочетами, выполнены все задания в полном объеме.	основные умения, . Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие владения материалом. Невозможно сть оценить наличие навыков вследствие отказа обучающего я от ответа	При решении стандартных задач не продемонстр ированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки.	Имеется минимальны й набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продемонстри рованы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продемонстри рованы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов.	Продемонстр ированы навыки при решении нестандартн ых задач без ошибок и недочетов.	Продемонстр ирован творческий подход к решению нестандартн ых задач

Шкала оценки при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	Превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно»
	Отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»
	Очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо»
	Хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо»
	Удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция

		сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	Неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
	Плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

6.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения. .

6.2.1 Контрольные вопросы

<i>вопросы</i>	<i>Код формируемой компетенции</i>
Основные этапы реализации коммуникационного проекта по формированию имиджа организации	ПК-1
Технология разработки коммуникационного продукта для формирования имиджа территории	ПК-3
Типовые алгоритмы формирования имиджа кандидата на выборную должность	ПК-7

6.2.2. Типовые тестовые задания для оценки сформированности компетенции ПК-1 1 Основой корпоративного имиджа являются:

- А. Корпоративная философия.
- Б. Корпоративная общественность.
- В. Руководитель организации.
- Г. Позиционирование организации.

2 Сотрудники организации являются объектом корпоративного имиджа:

- А. Внешнего.
- Б. Внутреннего.
- В. Осязаемого.
- Г. Неосязаемого

6.2.3. Типовые задания/задачи для оценки сформированности компетенции ПК-7

Типовое задание по разделу 2 «Роль мифа в общественном сознании и его трансформации с древних времен до наших дней».

Доклад на тему «Современное публичное пространство как пространство медиаимиджей»

Типовое задание по разделу 7 «Корпоративный имидж организации».

Письменная работа – составление медиаимиджа организации по выбору преподавателя.

6.2.4. Темы курсовых работ, эссе, рефератов

1. Имидж территории как система и процесс. Формирование имидж-модели.
2. Проблемы практической реализации имидж-модели.
3. Сравнительный анализ имиджей трех регионов России
4. Анализ имиджа социально-исторического типа (свободный гражданин, политики, шоумен и т.п.).
5. Специфика эстетического компонента в имиджевом решении.
6. Условия и предпосылки формирования эффективного персонального имиджа регионального политика.
7. Проблемы формирования и поддержания персонального имиджа в бизнес-среде.
8. Роль корпоративной культуры в формировании имиджа строительной фирмы .
9. Мифологизация как инструмент формирования имиджа (политика, шоу-бизнес, брендинг).
10. Проблема оценки составляющих корпоративного имиджа.
11. Социальный имидж организации.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1. Основная литература

1. Белковский С.В. Имиджелогия Учебно-методический комплекс. – Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет, 2010. – 34 с.
2. Почепцов Г. Г. - Имиджелогия. - М., Киев: Рефл-бук, Ваклер, 2006. - 576 с.

7.2 Дополнительная литература

1. Абрамов Р. Н., Кондратьев Э. В. - Связи с общественностью: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080507.65 "Менеджмент организации". - М.: КноРус, 2012. - 272 с.
2. Автаева Н. О. - Информационные технологии формирования имиджа политика : гендерный аспект (по материалам российской центральной и региональной прессы рубежа XX - XXI вв.): дис. ... канд. полит. наук : 23.00.02. - Н. Новгород, 2006. - 252 с.
3. Архангельская И. Б., Мезина Л. Г., Архангельская А. С. - PR в системе маркетинговых коммуникаций: учеб. пособие для подготовки по направлениям 080200 "Менеджмент", 031600.62 "Реклама и связи с общественностью". (Ч. 1). - Н. Новгород: [б. и.], 2014.
4. Бодрийяр Ж. - Символический обмен и смерть. - М.: Добросвет, 2000. - 387 с.
5. Бодуан Ж. П. - Управление имиджем компании. Паблик рилейшнз: предмет и мастерство: пер. с фр. - М.: Имидж-Контакт : ИНФРА-М, 2001. - 233 с.
6. Василенко С. В. - Корпоративная культура как инструмент эффективного управления персоналом. - М.: Изд.-торговая корпорация "Дашков и К", 2013. - 136 с.

7. Даулинг Г. - Репутация фирмы : Создание, управление и оценка эффективности. - М.: ИМИДЖ-Контакт : ИНФРА-М, 2003. - 368 с.
8. Ковальчук А. С. - Основы имиджологии и делового общения: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Соц.-культур. деятельность". - Ростов н/Д: Феникс, 2009. - 282 с.
9. Механизмы власти: 10 лет политической аналитики./Березовский В. Н., Федоров В. В., Цуладзе А. М., Червяков В. В., Чеснаков А. А. - М.: Алгоритм, 2002. - 304 с.
10. Московичи С. - Век толп: Исторический трактат по психологии масс. - М.: Центр психологии и психотерапии, 1998. - 479 с.
11. Панасюк А. Ю. - Управленческое общение: практические советы. - М.: Экономика, 1990. - 112 с.
12. Связи с общественностью (Public relations): учебное пособие для вузов, курсов повышения квалификации./Савруцкая Е. П., Савинова О. Н., Векслер А. Ф., Детвайлер Дж. - Н. Новгород: НГЛУ, 2001. - 132 с.
13. Ульяновский А. В. - Мифодизайн: коммерческие и социальные мифы. - СПб.: Питер, 2005. - 544 с.
14. Чумиков А. Н. - Записки PRофессионала. - СПб.: Питер, 2008. - 283 с.
15. Чумиков А. Н. - Кейсы и деловые игры по связям с общественностью: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью". - М.: КноРус, 2010. - 152 с.
16. Шепель В. М. - Имиджология: секреты личного обаяния. - М.: Культура и спорт : Юнити, 1997. - 382 с.
17. Шепель В. М. - Эффективный менеджмент: мыслить по-русски. - М.: Финансы и статистика, 2005. - 384 с.

в. Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

1. Корпоративная имиджология [Электронный ресурс] : научно-практический журнал / 2004. – Режим доступа к журн.: <http://ci-journal.ru>.
2. Лига профессиональных имиджмейкеров [Электронный ресурс] : Официальный сайт / Режим доступа к сайту : <http://www.aboutpartner.ru>.
3. Академия имиджологии [Электронный ресурс] : Официальный сайт /Режим доступа к сайту: <http://www.academim.org>.
4. Основы саморазвития. [Электронный ресурс] : Специализированный сайт. Режим доступа к сайту: <http://www.b11.ru/imidgelogia>
5. Кафедра менеджмента РАГС при Президенте РФ [Электронный ресурс] Официальный сайт / Режим доступа к сайту: <http://www.koism.rags.ru/>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения: Стандартная аудитория для проведения мультимедийных лекционных и практических занятий. Дополнительное материально-техническое обеспечение: доступ к сети Интернет (во время самостоятельной подготовки и на практических занятиях).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО ННГУ

Автор (ы) Белковский С.В.

Рецензент (ы) _____

Заведующий кафедрой Савинова О.Н.