

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

Институт международных отношений и мировой истории

УТВЕРЖДЕНО

решением Ученого совета ННГУ

протокол № 6 от 31.05.2023 г.

Рабочая программа дисциплины

Имиджмейкинг в культуре

Уровень высшего образования

Бакалавриат

Направление подготовки / специальность

51.03.01 - Культурология

Направленность образовательной программы

Управление в социокультурной сфере

Форма обучения

очная

г. Нижний Новгород

2023 год начала подготовки

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.02 Имиджмейкинг в культуре относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы.

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	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1: Использует необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы УК-2.2: Определяет круг задач в рамках избранных видов профессиональной деятельности, планировать собственную деятельность исходя из имеющихся ресурсов; соотносить главное и второстепенное, решать поставленные задачи в рамках избранных видов профессиональной деятельности	УК-2.1: Знает правовые основы профессиональной деятельности; Уметь использовать правовые нормы при осуществлении профессиональной деятельности; Владеть навыком использования правовых норм для осуществления профессиональной деятельности. УК-2.2: Знать основы планирования; Уметь определять круг задач в рамках избранных видов профессиональной деятельности; Владеть навыком решать поставленные задачи в рамках избранных видов профессиональной деятельности.	Доклад-презентация Собеседование Тест	Курсовая работа Зачёт: Контрольные вопросы
ПК-9: Способен использовать знания о культуре и социокультурной деятельности в организационно-управленческой работе	ПК-9.1: Применяет знания о культуре и социокультурной деятельности в организационно-управленческой работе ПК-9.2: Формулирует этические нормы организационной и управленческой деятельности	ПК-9.1: Знать теоретические аспекты культурной сферы; Уметь применять знания о культуре и социокультурной деятельности в организационно-управленческой работе; Владеть навыком применения знаний о культуре и	Доклад-презентация Собеседование Тест	Курсовая работа Зачёт: Контрольные вопросы

		<p>социокультурной деятельности в организационно-управленческой работе.</p> <p>ПК-9.2: Знать основные этические нормы организационной и управленческой деятельности; Уметь использовать этические нормы при управленческой деятельности; Владеть навыком формулировки этических норм организационной и управленческой деятельности.</p>		
--	--	---	--	--

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная
Общая трудоемкость, з.е.	3
Часов по учебному плану	108
в том числе	
аудиторные занятия (контактная работа):	
- занятия лекционного типа	32
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	32
- КСР	2
самостоятельная работа	42
Промежуточная аттестация	0 Зачёт

3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего (часы)	в том числе			
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них			Самостоятельная работа обучающегося, часы
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа (практические занятия/лабораторные работы), часы	Всего	
	0 Ф 0	0 Ф 0	0 Ф 0	0 Ф 0	0 Ф 0

Тема 1. Имиджология как сфера профессиональной деятельности. История развития имиджологии.	18	6	6	12	6
Тема 2. Инструментарий имиджологии.	18	6	6	12	6
Тема 3. Аудитория имиджа. Управление имиджем.	20	6	6	12	8
Тема 4. Корпоративный имидж организации. Корпоративная культура.	22	8	6	14	8
Тема 5. Политическая имиджеология. Технологии построения имиджа политического лидера	16	6	4	10	6
Тема 6. Имиджмейкинг в культуре	12	0	4	4	8
Аттестация	0				
КСР	2			2	
Итого	108	32	32	66	42

Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1. Имиджология как сфера профессиональной деятельности. История развития имиджологии. Истоки имиджологии. Различные подходы к пониманию имиджа. Взаимосвязь имиджологии с другими смежными сферами. Определение понятия имиджологии, образа, облика. Соотношение понятий «имидж», «репутация», «мнение». Свойства имиджа. Ценностные и технологические функции имиджа. Типы имиджей, различные подходы к классификации имиджей. Компоненты имиджа личности. Основные условия формирования имиджа. Имидж как одаренность. «Я- концепция». Этические проблемы деятельности имиджмейкера по формированию имиджа клиента.

Тема 2. Инструментарий имиджологии. Позиционирование. Манипулирование. Мифологизация. Эмоционализация. Формат. Вербализация. Детализация. Акцентирование информации. Архаизация. Замена целей. Подача противоречивых сигналов. Дистанцирование. Визуализация. Внедрение моделей восприятия.

Тема 3. Аудитория имиджа. Управление имиджем. Имидж в структуре мира. Аудитория имиджа: психология толпы. Технологии исследования имиджа в политике и бизнесе. Технологии управления имиджем в политике и бизнесе. Имиджевые стратегии. Четырехтактная модель имиджевой кампании.

Тема 4. Корпоративный имидж организации. Корпоративная культура. Корпоративный имидж как средство воздействия на общественное мнение. Структура корпоративного имиджа: внешняя и внутренняя составляющая. Корпоративная культура: компоненты и механизмы формирования. Фирменный (корпоративный) стиль и его элементы, предназначенные для визуальной дифференциации компании на рынке. Корпоративная философия и фирменная история в создании имиджа компании: компоненты и механизмы формирования. Управление корпоративным имиджем организации.

Тема 5. Политическая имиджеология. Технологии построения имиджа политического лидера. Политическая имиджология: понятие, классификация политического имиджа. Технология формирования имиджа политического лидера. Группы черт политика, входящие в структуру имиджа. Этапы конструирования и функционирования политического имиджа. Имидж мужчины-политика, женщины-политика. Имиджи политических партий. Имидж в избирательных кампаниях. Практика зарубежных политических партий в построении политического имиджа. Основные факторы формирования политического имиджа России.

Тема 6. Имиджмейкинг в культуре.

Обзор практики формирования имиджа учреждений культуры и досуга, культурного пространства.

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используются:

Электронные курсы, созданные в системе электронного обучения ННГУ:

..., ...

5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:

5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Доклад-презентация) для оценки сформированности компетенции УК-2:

Темы докладов-презентаций:

1. Правовые аспекты формирования имиджа организации.
2. Товарные знаки и знаки обслуживания как элементы фирменного стиля организации.
3. Защита авторского права и результатов интеллектуальной деятельности при формировании корпоративного имиджа.
4. Защита объектов культурного наследия и памятников архитектуры в стратегии формирования имиджа учреждения культуры.

5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Доклад-презентация) для оценки сформированности компетенции ПК-9:

Темы докладов-презентаций:

1. Символическая природа имиджа. Использование символов в целенаправленном создании имиджа.
2. Специфика мероприятий по формированию имиджа НКО
3. Специфика мероприятий по формированию имиджа учреждения культуры (на конкретном примере)
4. Характеристика основных критериев эффективного имиджа в сфере культуры.
5. Характеристика основных критериев эффективного имиджа в бизнесе.

6. Фирменный стиль как средство формирования имиджа.
7. Роль культурного менеджмента в формировании положительного имиджа учреждения культуры
8. Ключевые аспекты корпоративной социальной ответственности в учреждениях культуры
9. Влияние цифровых технологий на имидж учреждения культуры
10. Стратегии PR и маркетинга для продвижения имиджа учреждения культуры
11. Психология восприятия имиджа: как аудитория интерпретирует культурные учреждения
12. Культурные события как инструмент для формирования имиджа
13. Сравнительный анализ имиджа различных культурных учреждений: успешные кейсы и проблемы
14. Прогнозирование будущих тенденций и инноваций в области имиджмейкинга для культурных организаций

Критерии оценивания (оценочное средство - Доклад-презентация)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Доклад логично структурирован, соответствует изучаемой теме. Студент корректно отражает фактический, статистический материал и анализ рассматриваемых проблем. В докладе присутствуют необходимые ссылки на источники и литературу, используются достоверные источники информации. Выступление отвечает критериям лаконичности, информативности, визуальной подачи материала. Студент способен выразить идею ясно, ответить на все возникающие вопросы, удерживать внимание и интерес аудитории.
отлично	Доклад логично структурирован, соответствует изучаемой теме, студент в целом отражает фактический, статистический материал и анализ рассматриваемых проблем. В докладе присутствуют необходимые ссылки на источники и литературу, используются достоверные источники информации. Выступление отвечает критериям лаконичности, информативности. Студент способен выразить идею ясно при ответе на вопросы.
очень хорошо	Доклад логично структурирован, соответствует изучаемой теме, студент в целом отражает фактический и статистический материал, однако аналитические моменты выражены слабо. В докладе присутствуют необходимые ссылки на источники и литературу, используются достоверные источники информации. Выступление информативно, не перегружено общей информацией, удобно для восприятия слушателем. Студент способен выразить идею доклада в публичном выступлении, практически не испытывает трудности, отвечая на вопросы.
хорошо	Доклад соответствует теме, студент в целом отражает основные проблемы в тексте и выступлении. В докладе присутствуют необходимые ссылки на источники и литературу, используются достоверные источники информации. Выступление информативно, но перегружено общей информацией, тяжело для восприятия слушателем. Студент способен выразить идею доклада в публичном выступлении, но испытывает трудности при ответе на вопросы.
удовлетворительно	Доклад в целом соответствует изучаемой теме, но структура не логична, не в

Оценка	Критерии оценивания
	полной мере раскрывает тему. Студент не делает соответствующих ссылок либо приводит ссылки, не соответствующие действительности, использует не подходящие теме или недостоверные источники информации. Выступление не в полной мере раскрывает содержание доклада, не является удобной для восприятия. Студент с трудом выражает свою мысль, сталкивается со сложностями при взаимодействии с аудиторией.
неудовлетворительно	Структура доклада не соответствует заявленной теме, тема не раскрыта.
плохо	Доклад не предоставлен.

5.1.3 Типовые задания (оценочное средство - Собеседование) для оценки сформированности компетенции УК-2:

1. Проблема имиджа в современной науке.
2. Сущность и виды имиджа.
3. Функции имиджа и его структура.
4. Типы имиджей, различные подходы к классификации имиджей.
5. Соотношение понятий «имидж», «репутация», «мнение».

5.1.4 Типовые задания (оценочное средство - Собеседование) для оценки сформированности компетенции ПК-9:

Вопросы для собеседования:

1. Корпоративный имидж организации.
2. Корпоративная культура: компоненты и механизмы формирования.
3. Управление корпоративным имиджем организации.
4. Деловая репутация предприятия и общество.
5. Защита деловой репутации и корпоративного имиджа.

Критерии оценивания (оценочное средство - Собеседование)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Обучающийся дает обоснованные и четко изложенные ответы на вопросы, допускаются незначительные погрешности в ответе.
не зачтено	Обучающийся не знает учебный материал, не может ответить на вопросы по теме задания, отказывается от ответа.

5.1.5 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции УК-2:

Вариант 1

1. Прочитайте тест, выберите правильный вариант ответа из предложенных:

Что такое имидж организации?

- А. финансовая стабильность компании
- Б. образ, который формируется у потребителей о компании
- В. количество проданных товаров
- Г. уровень зарплаты сотрудников

Вариант 2.

1. Прочитайте тест, выберите правильный вариант ответа из предложенных:

Имидж организации — это:

- А. совокупность финансовых отчетов и балансов
- Б. объективное представление о товарах и услугах, которые она предлагает
- В. восприятие организации различными аудиториями, основанное на её действиях, репутации и коммуникациях
- Г. стратегия по увеличению продаж и прибыли

5.1.6 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-9:

Вариант 1

1. Прочитайте тест, выберите правильный вариант ответа из предложенных:

Что из следующего наиболее точно описывает роль позиционирования в имиджелогии?

- А. позиционирование определяет, каким образом личность или бренд воспринимаются целевой аудиторией относительно конкурентов.
- Б. позиционирование исключительно связано с рекламными кампаниями и акциями
- В. позиционирование включает только визуальные элементы и логотипы
- Г. позиционирование не влияет на доверие и лояльность аудитории

Вариант 2

1. Прочитайте тест, выберите правильный вариант ответа из предложенных:

Какое из следующих определений лучше всего описывает «имидж учреждения культуры»?

- А. внешний вид учреждения
- Б. общественное восприятие учреждения
- В. количество сотрудников
- Г. размеры здания

Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	100% правильных ответов
отлично	91-99% правильных ответов
очень хорошо	81-90% правильных ответов

Оценка	Критерии оценивания
хорошо	71-80% правильных ответов
удовлетворительно	51-70% правильных ответов
неудовлетворительно	21-50% правильных ответов
плохо	0-20% правильных ответов

5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения 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 несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельными и несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых навыков.	При решении стандартных задач не	Имеется минимальный набор	Продemonстрированы базовые	Продemonстрированы базовые	Продemonстрированы навыки	Продemonстрирован творческий

	Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	навыков для решения стандартных задач с некоторым и недочетами	навыки при решении стандартных задач с некоторым и недочетами	навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	подход к решению нестандартных задач
--	--	--	--	---	---	--	--------------------------------------

Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой
	отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «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».
	плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:

5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции УК-2

1. Истоки имиджологии. Различные подходы к пониманию имиджа. Взаимосвязь имиджологии с другими смежными сферами.
2. Определение понятия имиджологии, образа, облика. Соотношение понятий «имидж», «репутация», «мнение».
3. Свойства имиджа. Ценностные и технологические функции имиджа. Типы имиджей, различные подходы к классификации имиджей.
4. Компоненты имиджа личности. Основные условия формирования имиджа. Имидж как одаренность. «Я-концепция». Этические проблемы деятельности имиджмейкера по формированию имиджа клиента.
5. Инструментарий имиджологии: позиционирование, манипулирование, мифологизация, эмоционализация, формат, вербализация, детализация.

6. Инструментарий имиджологии: акцентирование информации, архаизация, замена целей, подача противоречивых сигналов, дистанцирование, визуализация, внедрение моделей восприятия.
7. Аудитория имиджа: психология толпы. Технологии исследования имиджа в политике и бизнесе. Технологии управления имиджем в политике и бизнесе.
8. Имиджевые стратегии. Четырехтактная модель имиджевой кампании.

5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-9

1. Корпоративный имидж, структура корпоративного имиджа: внешняя и внутренняя составляющая.
2. Корпоративная культура: компоненты и механизмы формирования. Фирменный (корпоративный) стиль и его элементы, предназначенные для визуальной дифференциации компании на рынке.
3. Корпоративная философия и фирменная история в создании имиджа компании: компоненты и механизмы формирования.
4. Управление корпоративным имиджем организации.
5. Политическая имиджология: понятие, классификация политического имиджа. Технология формирования имиджа политического лидера.
6. Группы черт политика, входящие в структуру имиджа. Этапы конструирования и функционирования политического имиджа. Имидж мужчины-политика, женщины- политика.
7. Особенности бирюзового PR при формировании имиджа учреждения культуры.
8. Практика зарубежных организаций в сфере культуры в формировании имиджа.

Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Хорошая подготовка. Владение материалом на высоком уровне, ориентация в основных понятиях. Студент дает ответ на все основные вопросы, но имеются неточности в определениях понятий, процессов и т.п. Практически отсутствуют ошибки при ответах на дополнительные и уточняющие вопросы экзаменатора. Студент активно работал семинарах, пропустил по неуважительной причине несколько занятий.
не зачтено	Подготовка недостаточная и требует дополнительного изучения материала. Практически отсутствие знаний по материалам курса. Представление лишь о предмете науки. Студент дает ошибочные ответы, как на теоретические вопросы билета, так и на наводящие и дополнительные вопросы экзаменатора. Студент пропустил большую часть занятий по неуважительной причине, на семинарах не работал.

Примерный перечень тем оценочного средства – Курсовая работа:

1. Влияние традиционных культурных ценностей на формирование имиджа в современном мире.
2. Имиджевая коммуникация в культуре: особенности и методы воздействия.
3. Роль национального фольклора в имидже страны/региона.
4. Имидж как элемент культурной дипломатии: успешные и неудачные примеры.
5. Модернизация традиционных культурных символов в современном имидже.
6. Особенности формирования имиджа региона/страны в культурном туризме: создание и продвижение имиджа туристического направления.
7. Эволюция имиджевых стратегий в музыкальной индустрии: от классических исполнителей до современных звезд.
8. Имиджевое восприятие визуального искусства: как стиль работы художника влияет на его успех и признание.
9. Интернет и социальные сети в формировании имиджа литературных персон: авторов, писателей, поэтов.
10. Имидж музея и его влияние на посещаемость и привлечение аудитории.
11. Политика имиджа в киноиндустрии: как создание образа персонажа влияет на успех фильма.
12. Влияние имиджа архитектурных объектов на привлечение туристов и жителей.
13. Роль имиджа в культурной дипломатии: как страны используют культурные проекты для формирования своего образа в мире.

Критерии оценивания (оценочное средство - Курсовая работа)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Обучающийся выполнил курсовую работу в полном объеме. Курсовая работа представляет глубокое и всестороннее исследование темы, включая широкий охват источников и литературы исследований. Работа имеет четкую логическую структуру, последовательность аргументации и логически обоснованные выводы. Работа отвечает высоким стандартам академической этики, содержит точные и достоверные данные, а также умело использует цитирование источников. Работа оформлена в соответствии с требованиями учебного заведения, имеет четкое и профессиональное оформление, включая правильную структуру, форматирование и оформление библиографии. Обучающийся свободно владеет теоретическим материалов, безошибочно применяет его при решении задач, сформулированных в задании. На все вопросы дает правильные и обоснованные ответы, убедительно защищает свою точку зрения.
отлично	Обучающийся выполнил курсовую работу в полном объеме. Работа характеризуется глубиной проработки всех разделов содержательной части. Работа оформлена с соблюдением установленных правил. Обучающийся свободно владеет теоретическим материалов, безошибочно применяет его при решении задач, сформулированных в задании. На все вопросы дает правильные и обоснованные ответы, убедительно защищает свою точку зрения.
очень хорошо	Обучающийся выполнил курсовую работу в полном объеме. Работа характеризуется глубиной проработки всех разделов содержательной части.

Оценка	Критерии оценивания
	Работа оформлена с соблюдением установленных правил. Обучающийся владеет теоретическим материалов, может применять его самостоятельно или по указанию преподавателя. На вопросы дает правильные ответы, но допускает некоторые неточности, убедительно защищает свою точку зрения.
хорошо	Обучающийся выполнил курсовую работу в полном объеме. Работа характеризуется глубиной проработки всех разделов содержательной части. Работа оформлена с соблюдением установленных правил. Обучающийся владеет теоретическим материалов, может применять его самостоятельно или по указанию преподавателя. На большинство вопросов дает правильные ответы. Защищает свою точку зрения достаточно обоснованно.
удовлетворительно	Обучающийся выполнил курсовую работу в основном правильно, но без достаточно глубокой проработки некоторых разделов. Обучающийся усвоил только основные разделы теоретического материала и по указанию преподавателя (без инициативы и самостоятельности) применяет его практически. На вопросы отвечает неуверенно или допускает ошибки. Неуверенно защищает свою точку зрения.
неудовлетворительно	Обучающийся не может защитить свои решения, допускает грубые ошибки при ответах на вопросы или не отвечает на них.
плохо	Курсовая работа не предоставлена.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Корпоративная имиджология / Шарков Ф.И., Потапчук В.А., Давыдов Д.Г. - Москва : Академический Проект, 2020., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=662108&idb=0>.
2. Смирная А. А. Имиджология в практической деятельности : учебное пособие / Смирная А. А., Гудовский И. В. - Красноярск : СибГУ им. академика М. Ф. Решетнёва, 2023. - 76 с. - Утверждено редакционно-издательским советом университета в качестве учебного пособия для студентов бакалавриата по всем направлениям подготовки очной и заочной форм обучения. - Книга из коллекции СибГУ им. академика М. Ф. Решетнёва - Экономика и менеджмент., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=896009&idb=0>.
3. Семенова Л. М. Имиджмейкинг / Семенова Л. М. - Москва : Юрайт, 2022. - 141 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/495294> (дата обращения: 05.01.2022). - ISBN 978-5-534-11004-3 : 449.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=787340&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд : учебное пособие / Чумиков А.Н. - Москва : Аспект-Пресс, 2016. - 159 с. - ISBN 978-5-7567-0819-6., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=772682&idb=0>.
2. Шарков Феликс Изосимович. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : Учебное пособие / Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации. - 3. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2022. - 322 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-394-04536-3., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=875238&idb=0>.
3. Беляева М. А. Азы имиджологии: имидж личности, организации, территории / Беляева М. А., Самкова В. А. - Екатеринбург : УрГПУ, 2016. - 184 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции УрГПУ - Социально-гуманитарные науки. - ISBN 978-5-7186-0814-4., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=747034&idb=0>.
4. Винюкова А. К. Персональный имидж : учебное пособие / Винюкова А. К. - Архангельск : САФУ, 2020. - 104 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции САФУ - Экономика и менеджмент. - ISBN 978-5-261-01460-7., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=749257&idb=0>.
5. Селентьева Д. О. Политическая имиджология / Селентьева Д. О. - 2-е изд. ; испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2022. - 164 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/490604> (дата обращения: 05.01.2022). - ISBN 978-5-534-06386-8 : 579.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=786699&idb=0>.
6. Корпоративная имиджология / Шарков Ф.И., Потапчук В.А., Давыдов Д.Г. - Москва : Академический Проект, 2020., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=662108&idb=0>.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

1. Портал специалистов по рекламе, маркетингу, PR [электронный ресурс] // www.sostav.ru
2. Сайт Российской Ассоциации по Связям с Общественностью (РАСО) [электронный ресурс] // www.raso.ru
3. Сайт специалистов в области рекламы и связей с общественностью [электронный ресурс] // www.advertology.ru
4. АКАР (Ассоциация коммуникационных Агентств России) [электронный ресурс] <http://www.akarussia.ru>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения.

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 ННГУ по направлению подготовки/специальности 51.03.01 - Культурология.

Автор(ы): Селиверстова Юлия Александровна, кандидат политических наук.

Рецензент(ы): Кузнецова Наталия Алексеевна, кандидат политических наук.

Заведующий кафедрой: Фортунатов Антон Николаевич, доктор философских наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 10.05.2023, протокол № 11.