

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Астраханский государственный университет»

СОГЛАСОВАНО
Руководитель ОПОП

УТВЕРЖДАЮ
Зав.кафедрой ТИГП

А.Н. Харитонова

«02» _____ июня _____ 2022 г

«02» _____ июня _____ 2022_ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Основы имиджеологии в профессиональной деятельности

Составитель		Калимуллина И.В., к.э.н., доцент
Направление специальность	подготовки/	09.03.01 Информатика и вычислительная ТЕХНИКА
Направленность (профиль) ОПОП		ЦИФРОВИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ СИСТЕМ
Квалификация (степень)		бакалавр
Форма обучения		очная
Год приема		2022
Курс		1

Астрахань- 2022

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Целью освоения дисциплины «Основы имиджеологии в профессиональной деятельности» является формирование у студентов теоретических знаний в области имиджеологии, практических знаний и навыков в области персонального, политического и корпоративного управления.

1.2. Задачи дисциплины: изучить структуру имиджа и его составляющих; раскрыть основные и наиболее часто применяемые понятия, методики и направления в имиджеологии с акцентуацией внимания на достижениях отечественных и зарубежных ученых в данной сфере; охарактеризовать основные направления имиджирования в различных сферах жизнедеятельности; сформировать у студентов навыки создания и управления персональным, политическим и корпоративным имиджем; научить анализировать имидж отдельных индивидов и организаций, распознавать его символическую реальность, выявлять вербальные и невербальные особенности построения позитивного имиджа и понимать скрытые процессы, связанные с управлением имиджем.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Учебная дисциплина «Основы имиджеологии в профессиональной деятельности» относится к курсам по выбору дисциплин Б1.Д.05.01.

2.2. Для освоения данной учебной дисциплины (модуля) необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами: *Психология личности, Техника переговоров и презентации, Культура речи и деловое общение.*

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: типы, виды, свойства и функции имиджа;
- основы, алгоритм и принципы имиджирования;

- коммуникации, осуществляемые для создания имиджа

Уметь: коммуницировать с различными субъектами принятия решений и объектами их реализации для создания и поддержания позитивного имиджа

Владеть: навыками выстраивания траектории формирования имиджа органа власти и управления, личности

2.3. Освоение данной дисциплины является фундаментом для освоения последующих дисциплин и курсов по выбору, а также прохождения учебно-ознакомительной практики.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки (специальности):

УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

Таблица 1. Декомпозиция результатов обучения

Код компетенции	Планируемые результаты освоения дисциплины		
	Знать	Уметь	Владеть

УК-5Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	ИУК-5.1.Основные понятия имиджа, цели и основные функции управленца для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	ИУК-5.2.1анализировать основные тенденции развития отечественной и мировой управленческой индустрии, на научной основе организовать свой труд и малого коллектива, принимать участие в дискуссии на профессиональные темы.	ИУК-5.3.1основными понятиями имиджеологии, функциями управленца в различных организациях.
--	--	--	---

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Объем дисциплины в зачетных единицах (3 зачетные единицы), в том числе выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем 54 часов (из них 18 лекций, 36 практик) и на самостоятельную работу обучающихся составляет 54 часа.

Таблица 2. Структура и содержание дисциплины (модуля)

№ п/п	Наименование раздела (темы)	Семестр	Контактная работа (в часах)			Самостоят. работа		Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Л	ПЗ	ЛР	КР	СР	
1	Имидж как социально-психологический феномен	2	2	4			8	Реферат, собеседование
2	Имиджелогия в системе научного знания. Управленческая имиджелогия.	2	2	4			8	Реферат, собеседование
3	Основные принципы и технологии в создании и	2	2	4			8	Реферат, собеседование

	преобразовании имиджей. Инструментарий имиджелогии							
4	Имидж как средство самовыражения. Я- концепция	2	2	4			8	Эссе, собеседование
5	Искусство самопрезентации	2	2	4			8	Эссе
6	Имидж государственной службы и государственных служащих	2	4	8			8	Реферат, собеседование
7	Политический имидж	2	4	8			6	Реферат тестирование
ИТОГО		108	18	36			54	экзамен

**Таблица 3. Матрица соотнесения тем/разделов
учебной дисциплины/модуля и формируемых в них компетенций**

Темы, разделы дисциплины	Кол-во часов	Σ общее количество компетенций	
		УК -5	
Имидж как социально- психологический феномен	14	+	1
Имиджелогия в системе научного знания. Управленческая имиджелогия.	14	+	1
Основные принципы и технологии создания и преобразовании имиджей. Инструментарий имиджелогии	14	+	1
Имидж как средство самовыражения. Я- концепция	14	+	1
Искусство самопрезентации	14	+	1
Имидж государственной службы и государственных служащих	20	+	1
Политический имидж	18	+	1

Содержание дисциплины

Тема 1. Имидж как социально-психологический феномен

Истоки зарождения и предпосылки развития имиджеологии как теории и практики создания имиджей. Место имиджеологии в системе научных знаний. Прикладное назначение имиджеологии. Тенденции и перспективы развития имиджеологии в России и за рубежом..

Этимология понятия «имидж». Природа имиджа. Имидж как синтез реальности и символизма. Имидж как явление и средство воздействия. Закономерности восприятия и понимания человеком объектов и явлений социальной действительности. Понятие эмоционального и рационального восприятия. Значение первого впечатления. Понятие «социальный стереотип» и «стереотипное восприятие». Структура, виды, типы, свойства и функции имиджа. Имидж как психологическая PR-категория. Цели, задачи, функции имиджа организации. Понятие эффективного делового имиджа. Этапы и алгоритм создания имиджа организации.

Базовые структурные модели имиджа организации и подходы к его формированию и преобразованию.

Тема 2. Имиджеология в системе научного знания. Управленческая имиджеология.

Имиджеология в системе научного знания: социологии, философии, культурологии, политологии, психологии, конфликтологии, режиссуре, индустрии моды и др. Идеино-теоретические предпосылки социально-психологической концепции имиджа как феномена интересубъективного взаимодействия. Значение имиджеологического образования в современном управлении. Понятие эффективного делового имиджа. Имиджевая компетентность.

Значение имиджеологического образования в современном управлении.

Тема 3 Основные принципы и технологии в создании и преобразовании имиджей. Инструментарий имиджеологии

Основные классификации имиджевых стратегий: «аристотелевская», «платоновская» линии, концепция «рыночной» ориентации Э.Фрома, концепция социальных представлений Д.Жоделе, Ж.-П.Кодолом, С.Московичи и др.

Имиджирование или деятельность по созданию и корректировке имиджа: основные подходы и принципы. Идея имиджа как публичного или внешнего «Я». Условия и факторы эффективного имиджирования.

Алгоритм формирования и преобразования имиджа: объективные и субъективные условия продуктивности. Имиджмейкинг: инструментарий и технологии. Понятие архетипа. Роль мифа в создании имиджа. Мифологизация. Знаки и символы. Позиционирование: трансформация, утрировка, перевод. Формат, вербализация и детализация. Введение моделей восприятия и введение знаков. Модели визуальной коммуникации. Перфоманс.

Тема 4 Имидж как средство самовыражения. Я-концепция

«Я-концепция» как совокупность установок, направленных на самого себя. Внешние данные личности и «Я-концепция». Физиогномические и кинетические особенности формирования индивидуального имиджа. Сравнительная характеристика понятий «имидж» и «стиль». Психологическая теория цветовой гармонии. Функции языка одежды. Диагностика личности по одежде.

Тема 5 Искусство самопрезентации

Понятие самопрезентации как формы имиджирования. Мотивы, визуальные и аудиальные средства самопрезентации. Индивидуальные свойства и задатки, гендерные особенности самопрезентации. Условия и факторы эффективной самопрезентации. Кинетика в самопрезентации. Искусство жеста. Вербальная самопрезентация. Техники речевого воздействия. Способы заочной самопрезентации. Персональное резюме.

Тема 6 Имидж государственной службы и государственных служащих

Проблемы формирования позитивного имиджа государственной службы. Корпоративная философия и корпоративная культура. Технологии продвижения имиджа государственной службы. Значение эффективного имиджа руководителя. «Внутренний» и «внешний» имидж руководителя. Механизмы формирования имиджа руководителя. Психологические условия и факторы эффективности имиджа первого лица организации. Профессионально-личностные характеристики, обуславливающие эффективный имидж руководителя. Структура имиджа руководителя. Методы совершенствования имиджа руководителя. Особенности формирования имиджа государственных служащих.

Тема 7 Политический имидж

Понятие «политический имидж». Основные черты и характеристики политического имиджа. Психологическая структура имиджа политика. Стратегии создания политических имиджей.

Визуальное и контекстное измерение политического имиджа. Особенности создания политического имиджа. Стратегия и тактика формирования образа политика. Технологические аспекты создания политических имиджей. Гендерные особенности политических имиджей. Этнопсихологические характеристики политического имиджа. Политический имиджмейкинг.

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

5.1. Указания по организации и проведению лекционных, практических (семинарских) и лабораторных занятий с перечнем учебно-методического обеспечения.

В процессе изучения дисциплины «Основы имиджеологии в профессиональной деятельности» применяются как традиционные (объяснительно-иллюстративное, репродуктивно-воспроизводящее, предметно-ориентированное обучение), так и инновационные (технология теоретического моделирования) технологии обучения. Для достижения целей изучения дисциплины используются активные (лекции, семинары) и интерактивные (дискуссии) формы проведения занятий.

Тема 1. Имидж как социально-психологический феномен

Истоки зарождения и предпосылки развития имиджеологии как теории и практики создания имиджей. Место имиджеологии в системе научных знаний. Прикладное назначение имиджеологии. Тенденции и перспективы развития имиджеологии в России и за рубежом.

Этимология понятия «имидж». Природа имиджа. Имидж как синтез реальности и символизма. Имидж как явление и средство воздействия. Закономерности восприятия и понимания человеком объектов и явлений социальной действительности. Понятие эмоционального и рационального восприятия. Значение первого впечатления. Понятие «социальный стереотип» и «стереотипное восприятие». Структура, виды, типы, свойства и функции имиджа. Имидж как психологическая PR-категория. Цели, задачи, функции имиджа организации. Понятие эффективного делового имиджа. Этапы и алгоритм создания имиджа организации.

Базовые структурные модели имиджа организации и подходы к его формированию и преобразованию.

Литература: 1,2

Тема 2. Имиджеология в системе научного знания. Управленческая имиджеология.

Имиджеология в системе научного знания: социологии, философии, культурологии, политологии, психологии, конфликтологии, режиссуре, индустрии моды и др. Идеино-теоретические предпосылки социально-психологической концепции имиджа как феномена интерсубъективного взаимодействия. Значение имиджеологического образования в современном управлении. Понятие эффективного делового имиджа. Имиджевая компетентность.

Значение имиджеологического образования в современном управлении.

Литература: 1,2

Тема 3 Основные принципы и технологии в создании и преобразовании имиджей. Инструментарий имиджеологии

Основные классификации имиджевых стратегий: «аристотелевская», «платоновская» линии, концепция «рыночной» ориентации Э.Фрома, концепция социальных представлений Д.Жоделе, Ж.-П.Кодолом, С.Московичи и др.

Имиджирование или деятельность по созданию и корректировке имиджа: основные подходы и принципы. Идея имиджа как публичного или внешнего «Я». Условия и факторы эффективного имиджирования.

Алгоритм формирования и преобразования имиджа: объективные и субъективные условия продуктивности. Имиджмейкинг: инструментарий и технологии. Понятие архетипа. Роль мифа в создании имиджа. Мифологизация. Знаки и символы. Позиционирование: трансформация, утрировка, перевод. Формат, вербализация и детализация. Введение моделей восприятия и введение знаков. Модели визуальной коммуникации. Перфоманс.

Литература: 1,2

Тема 4 Имидж как средство самовыражения. Я-концепция

«Я-концепция» как совокупность установок, направленных на самого себя. Внешние данные личности и «Я-концепция». Физиогномические и кинетические особенности формирования индивидуального имиджа. Сравнительная характеристика понятий «имидж» и «стиль». Психологическая теория цветовой гармонии. Функции языка одежды. Диагностика личности по одежде.

Литература: 1,2

Тема 5 Искусство самопрезентации

Понятие самопрезентации как формы имиджирования. Мотивы, визуальные и аудиальные средства самопрезентации. Индивидуальные свойства и задатки, гендерные особенности самопрезентации. Условия и факторы эффективной самопрезентации. Кинетика в самопрезентации. Искусство жеста. Вербальная самопрезентация. Техники речевого воздействия. Способы заочной самопрезентации. Персональное резюме.

Литература: 1,2

Тема 6 Имидж государственной службы и государственных служащих

Проблемы формирования позитивного имиджа государственной службы. Корпоративная философия и корпоративная культура. Технологии продвижения имиджа государственной службы. Значение эффективного имиджа руководителя. «Внутренний» и «внешний» имидж руководителя. Механизмы формирования имиджа руководителя.

Психологические условия и факторы эффективности имиджа первого лица организации. Профессионально-личностные характеристики, обуславливающие эффективный имидж руководителя. Структура имиджа руководителя. Методы совершенствовании имиджа руководителя. Особенности формирования имиджа государственных служащих.

Литература: 1,2

Тема 7 Политический имидж

Понятие «политический имидж». Основные черты и характеристики политического имиджа. Психологическая структура имиджа политика. Стратегии создания политических имиджей.

Визуальное и контекстное измерение политического имиджа. Особенности создания политического имиджа. Стратегия и тактика формирования образа политика. Технологические аспекты создания политических имиджей. Гендерные особенности политических имиджей. Этнопсихологические характеристики политического имиджа. Политический имиджмейкинг.

Литература: 1,2

5.2 Указания для обучающихся по освоению дисциплины (модулю)

Самостоятельная работа студентов позволяет предметно выработать аналитические навыки, обеспечить понимание теории и юридической практики, более осознанно относиться к уровню своей профессиональной подготовки.

Таблица 4. Содержание самостоятельной работы обучающихся

Номер раздела (темы)	Темы/вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Кол-во часов	Формы работы
1	Имидж как социально-психологический феномен	8	Реферат, собеседование
2	Имиджеология в системе научного знания. Управленческая имиджеология.	8	Реферат, собеседование
3	Основные принципы и технологии в создании и преобразовании имиджей. Инструментарий имиджеологии	8	Реферат, собеседование
4	Имидж как средство самовыражения. Я-концепция	8	Эссе, собеседование
5	Искусство самопрезентации	8	Эссе
6	Имидж государственной службы и государственных служащих	8	Реферат, собеседование
7	Политический имидж	6	Реферат тестирование

5.3. Виды и формы письменных работ, предусмотренных при освоении дисциплины, выполняемые обучающимися самостоятельно.

Самостоятельная работа студентов направлена на решение следующих задач:

1) выработка навыков восприятия и анализа оригинальных философско-этических текстов (классических и современных);

2) формирование навыков анализа с позиций морали системы взаимоотношений в коллективе, развитие способности схватывания и понимания этических аспектов различных социально и личностно значимых проблем в профессиональной деятельности;

3) развитие и совершенствование способностей к диалогу, пониманию, взаимопомощи и обоснованию собственной позиции по тому или иному вопросу;

4) развитие и совершенствование творческих способностей, духовно-нравственных качеств при самостоятельном изучении философско-этических проблем.

Для решения первой задачи студентам предлагаются к прочтению и содержательному анализу работы классических и современных ученых в области этической теории (либо их разделы), а также комплекс вопросов, упражнений, заданий по основным (узловым) проблемам профессиональной этики. Результаты работы по данной практической сфере обсуждаются на семинарских и практических занятиях, посвященных основным проблемам этической науки. Студенты выполняют задания, самостоятельно обращаясь к учебной, справочной и оригинальной философско-этической литературе. Проверка выполнения заданий осуществляется как на семинарских и практических занятиях с помощью устных выступлений студентов и их коллективного обсуждения, так и с помощью письменных самостоятельных (контрольных) работ.

Для развития и совершенствования коммуникативных способностей, формирования активной жизненной позиции студентов организуются практические занятия по решению задач и упражнений по основным разделам профессиональной этики.

Методические рекомендации по выполнению контрольных работ

Реферат- Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу

Реферат используется в качестве средства отчетности, поскольку при его подготовке вам необходимо проанализировать объем литературы, многократно превосходящий по объему размеры самого реферата. Он представляет собой небольшое (10-12 страниц машинописного текста) научное исследование и должен отвечать всем требованиям, предъявляемым к таковым, т.е. состоять из введения, основной части, заключения и библиографии (списка использованной литературы).

Основаниями для снижения оценки за задание являются:

- ошибки в объяснениях и комментариях при верно выполненном задании;
- неполный ответ;
- небрежное выполнение.

Задание не может быть засчитано, если:

- полностью неверно выполнено задание.

Собеседование— форма проверки и оценивания знаний студентов.

Представляет собой проводимый промежуточный мини-зачет, имеющий целью уменьшить список тем, выносимых на основной зачет, и оценить текущий уровень знаний студентов.

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

6.1. Образовательные технологии

6.1. Образовательные технологии

При реализации различных видов учебной работы по дисциплине могут использоваться электронное обучение и дистанционные образовательные технологии. Для достижения целей изучения дисциплины используются активные (лекции, семинары) и интерактивные (диспуты, дискуссии) формы проведения занятий. Учебные занятия по дисциплине могут проводиться с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) интерактивном взаимодействии обучающихся и преподавателя в режимах on-line и/или off-line в формах: видеолекций, лекций-презентаций, видеоконференции.

К участию в **лекции-беседе** можно привлечь различными приемами, так, например, озадачивание слушателей вопросами в начале лекции и по ее ходу, как уже описывалось в проблемной лекции, вопросы могут, быть информационного и проблемного характера, для выяснения мнений и уровня осведомленности по рассматриваемой теме, степени их готовности к восприятию последующего материала. Вопросы адресуются всей аудитории. Слушатели отвечают с мест. Если преподаватель замечает, что кто-то из обучаемых не участвует в ходе беседы, то вопрос можно адресовать лично тому слушателю, или спросить его мнение по обсуждаемой проблеме. Для экономии времени вопросы рекомендуется формулировать так, чтобы на них можно было давать однозначные ответы. С учетом разногласий или единодушия в ответах преподаватель строит свои дальнейшие рассуждения, имея при этом возможность, наиболее доказательно изложить очередное понятие лекционного материала.

Во время проведения лекции-беседы преподаватель должен следить, чтобы задаваемые вопросы не оставались без ответов, т.к. они тогда будут носить риторический характер, не обеспечивая достаточной активизации мышления обучаемых.

Лекция-дискуссия. В отличие от лекции-беседы здесь преподаватель при изложении лекционного материала не только использует ответы слушателей на свои вопросы, но и организует свободный обмен мнениями в интервалах между логическими разделами. По ходу лекции-дискуссии преподаватель приводит отдельные примеры в виде ситуаций или кратко сформулированных проблем и предлагает студентам коротко обсудить, затем краткий анализ, выводы и лекция продолжается.

На занятиях можно использовать как художественные, так и документальные видеофильмы, фрагменты из них, а также видеоролики и видеосюжеты. Перед показом фильма необходимо поставить перед обучаемыми несколько (3-5) ключевых вопросов. Это будет основой для последующего обсуждения. Можно останавливать фильм на заранее отобранных кадрах и проводить дискуссию. В конце необходимо обязательно совместно с обучаемыми подвести итоги и озвучить извлеченные выводы.

При подготовке к семинарским занятиям, руководствуясь планом и списком рекомендуемой литературы, необходимо изучить тему так, чтобы по каждому из предложенных вопросов студент мог дать развернутый, обстоятельный ответ. Последующая практическая подготовка предусматривает: обсуждение выносимых вопросов на практических занятиях; решение задач, призванных выработать у студентов умения и навыки использовать нормативную и фактическую информацию для понимания механизма реализации правовых норм.

На семинарских занятиях при организации споров, дискуссий используется **ПОПС-формула**. Обучающийся высказывает: **П**-позицию (объясняет свою позицию по вопросу. «Я считаю, что...»); **О**-обоснование (не просто объясняет свою позицию, но и доказывает, начиная фразой типа: «Потому что...»); **П**-пример (при разъяснении сути своей позиции пользуется конкретными примерами, используя в речи обороты типа: «Я могу подтвердить это тем, что...»); **С**-следствие (делает вывод в результате обсуждения определенной проблемы, например, говорит: «В связи с этим...»). Таким образом, выступление обучаемого занимает примерно 1-2 минуты и может состоять из двух-четырех предложений. Самое главное, что дает применение данной технологии, учащиеся высказывают свою точку зрения, отношение к предложенной проблеме. ПОПС-формула может применяться для опроса по пройденной теме, при закреплении изученного материала.

Дискуссия как метод интерактивного обучения состоит в обмене взглядами по конкретной проблеме. Это активный метод, позволяющий научиться отстаивать свое мнение и слушать других.

Метод дискуссии используется в групповых формах занятий: на лекциях-дискуссиях, беседах по обсуждению итогов выполнения заданий на практических занятиях.

Название образовательной технологии	Темы, разделы дисциплины	Краткое описание применяемой технологии
Собеседование	Тема 1-10	Собеседование – Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.
Эссе (реферат)	Тема 1-10	Реферат, доклад, эссе – Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

6.2. Информационные технологии:

При реализации различных видов учебной и внеучебной работы используются следующие информационные технологии: виртуальная обучающая среда (или система управления обучением LMS Moodle) или иные информационные системы, сервисы и мессенджеры: использование средств представления учебной информации (проведение очных (традиционных) лекций и семинаров с использованием презентаций и т.д.); использование средств представления учебной информации (проведение очных (традиционных) лекций и семинаров с использованием презентаций и т.д.);

– использование интерактивных средств взаимодействия участников образовательного процесса на основе образовательного интернет портала АГУ//

<http://learn.asu.edu.ru/>

- использование электронных учебников и различных сайтов (электронные библиотеки, журналы и т.д.) как источника информации;
- использование возможностей электронной почты преподавателя.
-

6.3. Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Перечень лицензионного программного обеспечения

2022-2023уч.г.

Наименование программного обеспечения	Назначение
Adobe Reader	Программа для просмотра электронных документов
Moodle	Образовательный портал ФГБОУ ВО «АГУ»
Mozilla FireFox	Браузер
Microsoft Office 2013, Microsoft Office Project 2013, Microsoft Office Visio 2013	Пакет офисных программ
7-zip	Архиватор
Microsoft Windows 7 Professional	Операционная система
Kaspersky Endpoint Security	Средство антивирусной защиты
Google Chrome	Браузер
Notepad++	Текстовый редактор
OpenOffice	Пакет офисных программ
Opera	Браузер
Платформа дистанционного обучения LMS Moodle	Виртуальная обучающая среда

Перечень современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем

Учебный год	Наименование современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем
2022/2023	Электронный каталог Научной библиотеки АГУ на базе MARK SQL НПО «Информ-систем». https://library.asu.edu.ru
	Электронный каталог «Научные журналы АГУ»: http://journal.asu.edu.ru/
	Универсальная справочно-информационная полнотекстовая база данных периодических изданий ООО "ИВИС". http://dlib.eastview.com Имя пользователя: AstrGU Пароль: AstrGU
	Электронно-библиотечная система eLibrary. http://elibrary.ru
	Корпоративный проект Ассоциации региональных библиотечных консорциумов (АРБИКОН) «Межрегиональная аналитическая роспись статей» (МАРС) - сводная база данных, содержащая полную аналитическую роспись 1800 названий журналов по разным отраслям знаний. Участники проекта предоставляют друг другу электронные копии отсканированных статей из книг, сборников, журналов, содержащихся в фондах их библиотек. http://mars.arbicon.ru
	Справочная правовая система КонсультантПлюс. Содержится огромный массив справочной правовой информации, российское и региональное законодательство, судебную практику, финансовые и кадровые консультации, консультации для бюджетных организаций, комментарии законодательства, формы документов, проекты нормативных правовых актов, международные правовые акты, правовые акты, технические нормы и правила. http://www.consultant.ru
	Информационно-правовое обеспечение «Система ГАРАНТ». В системе ГАРАНТ представлены федеральные и региональные правовые акты, судебная практика, книги, энциклопедии, интерактивные схемы, комментарии ведущих специалистов и материалы известных профессиональных изданий, бланки отчетности и образцы договоров, международные соглашения, проекты законов. Предоставляет доступ к федеральному и региональному законодательству, комментариям и разъяснениям из ведущих профессиональных СМИ, книгам и обновляемым энциклопедиям, типовым формам документов, судебной практике, международным договорам и другой нормативной информацией. Всего в нее включено более 2,5 млн документов. В программе представлены документы более 13 000 федеральных, региональных и местных эмитентов. http://garant-astrakhan.ru

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

7.1. Паспорт фонда оценочных средств.

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) «Имиджеология» проверяется сформированность у обучающихся компетенций, указанных в разделе 3 настоящей программы. Этапность формирования данных компетенций в процессе освоения образовательной программы определяется последовательным освоением дисциплин (модулей) и прохождением практик, а в процессе освоения дисциплины (модуля) – последовательным достижением результатов освоения содержательно связанных между собой разделов, тем.

Таблица 5. Соответствие изучаемых разделов, результатов обучения и оценочных средств

Контролируемые разделы дисциплины (модуля)	Код контролируемой компетенции (компетенций)	Наименование оценочного средства
Имидж как социально-психологический феномен	<i>УК-5</i>	Реферат, собеседование
Имиджелогия в системе научного знания. Управленческая имиджелогия.	<i>УК-5</i>	Реферат, собеседование
Основные принципы и технологии в создании и преобразовании имиджей. Инструментарий имиджелогии	<i>УК-5</i>	Реферат, собеседование
Имидж как средство самовыражения. Я-концепция	<i>УК-5</i>	Эссе, собеседование
Искусство самопрезентации	<i>УК-5</i>	Эссе
Имидж государственной службы и государственных служащих	<i>УК-5</i>	Реферат, собеседование
Политический имидж	<i>УК-5</i>	Реферат тестирование

Перечень оценочных средств

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
1	2	3	4
1	Тестирование	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу	Комплект тестовых заданий
2	Собеседование	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
3	Реферат, эссе	Реферат, доклад, эссе – Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы рефератов, эссе

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Показатели оценивания результатов обучения в виде знаний

5 «отлично»	-дается комплексная оценка предложенной ситуации; -демонстрируются глубокие знания теоретического материала и умение их применять; - последовательное, правильное выполнение всех заданий; -умение обоснованно излагать свои мысли, делать необходимые выводы.
4 «хорошо»	-дается комплексная оценка предложенной ситуации; -демонстрируются глубокие знания теоретического материала и умение их применять; - последовательное, правильное выполнение всех заданий; -возможны единичные ошибки, исправляемые самим студентом после замечания преподавателя; -умение обоснованно излагать свои мысли, делать необходимые выводы.
3 «удовлетворительно»	-затруднения с комплексной оценкой предложенной ситуации; -неполное теоретическое обоснование, требующее наводящих вопросов преподавателя; -выполнение заданий при подсказке преподавателя; - затруднения в формулировке выводов.
2 «неудовлетворительно»	- неправильная оценка предложенной ситуации; -отсутствие теоретического обоснования выполнения заданий.

7.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Тема 1. Введение в имиджеологию. Имидж как социально-психологический феномен

Вопросы к собеседованию:

1. Какие научные знания оказали наибольшее влияние на развитие имиджеологии?
2. Дайте определение имиджа как социально-психологического феномена
3. Что общего и в чем отличие имиджа и репутации?
4. Назовите основные свойства и функции имиджа
5. Что собой представляют эффекты восприятия?
6. В чем преимущества и недостатки стереотипного оценивания?

Тематика рефератов

- Становление и развитие имиджеологии: зарубежный опыт и Российская действительность
- Имидж как составляющая современной цивилизации
- Психологические аспекты имиджа
- Имидж делового человека: внешнее впечатление и деловые качества
- Социальный стереотип и его значение

Тема 2. Имиджеология в системе научного знания. Управленческая имиджеология.

Вопросы к собеседованию:

1. Чем объясняется интерес к имиджеологии в современной социальной практике за рубежом и в России?
2. Место имиджеологии в современном управлении.
3. Каково значение имиджеологического образования в современном управлении
4. Назовите основные цели и задачи управленческой имиджеологии
5. Чем обусловлено внимание к имиджеологии в сфере государственного управления?

Темы реферата:

1. Ценность позитивного имиджа в современном деловом мире
2. Типология и виды имиджа
3. Свойства и функции имиджа
4. Базовые структурные модели и основные подходы к созданию имиджа организации
5. Имидж организации: характеристики, функции, типы
6. Имидж руководителя и его составляющие

Тема 3. Основные принципы и технологии в создании и преобразовании имиджей.

Инструментарий имиджеологии

Вопросы к собеседованию:

1. В чем суть и отличие идейно-теоретических предпосылок социально-психологических концепций имиджа как феномена intersubъективного взаимодействия?
2. В чем состоит отличие «стихийного» и целенаправленно сформированного имиджа?
3. Назовите известные Вам условия и факторы успешности деятельности по созданию имиджа.
4. Назовите принципы имиджирования и раскройте их суть.
5. Что представляет собой алгоритм формирования имиджа?
6. В чем суть механизмов фасцинации и аттракции?
7. Какие инструменты имиджирования Вам известны?

Тематика рефератов

- Профессиональное имиджирование: Российский и зарубежный опыт
- Визуальные характеристики имиджа, как средство самовыражения
- Социально-ролевое назначение одежды
- Жест как прием невербальной коммуникации.
- Значение речевого воздействия в создании позитивного имиджа.

Тема 4. Имидж как средство самовыражения. Я-концепция

Вопросы к собеседованию:

1. «Я-концепция» как совокупность установок, направленных на самого себя. Внешние данные личности и «Я-концепция».
2. Физиогномические и кинетические особенности формирования индивидуального имиджа. Сравнительная характеристика понятий «имидж» и «стиль».
3. Психологическая теория цветовой гармонии. Функции языка одежды.

Темы эссе:

1. Диагностика личности по одежде.
2. Деловой костюм мужчины/женщины
3. Одежда как инструмент влияния
4. Аксессуары и их значение в создании образа

Тема 5. Искусство самопрезентации

Вопросы к собеседованию:

1. Что такое самопрезентация и какова ее цель?
2. Назовите факторы, определяющие результативность самопрезентации
3. Для чего необходимы навыки самопрезентации?
4. Что представляет собой технология самопрезентации?
5. Каково значение невербальной коммуникации в создании образа?
6. Назовите функции речи в создании образа
7. Что такое «заочная самопрезентация» и каково ее значение?
8. Каковы основные правила написания и подачи резюме?

Тематика эссе

1. Манеры общения и стили самопрезентации
2. Язык телодвижений: как наилучшим образом располагать к себе людей
3. Акустические характеристики речи: владение интонациями и риторическими оборотами
4. Подготовка к публичному выступлению
5. Compliment как инструмент установления контакта

Тема 6. Имидж государственной службы и государственных служащих

Вопросы к собеседованию:

1. Государственная служба как институт и сфера профессиональной деятельности
2. Этические принципы государственного гражданского служащего как модель имиджевых характеристик
3. Этикет государственных и муниципальных служащих инструмент формирования имиджа государственной службы
4. Особенности подходов в использовании инструментов и технологий формирования имиджа государственного служащего

Тематика рефератов

1. Истоки и причины отрицательного имиджа государственного служащего: зарубежный и российский опыт.
2. Взаимодействие институтов власти и СМИ как условие формирования эффективного имиджа власти
3. Современные технологии создания образа власти.

Тема 7. Политический имидж

Вопросы к собеседованию:

1. Раскройте суть понятия «политический имидж»
2. В чем состоит значение создания эффективного имиджа в современной политической практике?
3. Зачем вообще имидж политику?
4. Каковы основные компоненты имиджа политика?
5. В чем вы видите особенности психологической структуры имиджа политика?
6. В чем суть политического имиджмейкинга?
7. Каковы нравственно-этические проблемы политического имиджмейкинга?

Тематика рефератов

1. Имидж современного политика: естество или вторая натура
2. Аксессуары в имиджбилдинге политика
3. Политический имиджмейкер – кто он?
4. Политические перфомансы
5. Опыт российского имиджмейкинга в избирательных кампаниях

Тестовые задания:

Вопрос 1.

Интерес к проблемам самовыражения субъекта в образе является характерной особенностью концепции:

- «платоновской»,
- «аристотелевской»,
- рыночной,
- субъектно-деятельностной природы имиджа

Вопрос 2.

Речевое воздействие, при котором минимизируется потеря информации, возбуждается интерес, внимание к объекту представляет собой механизм:

- фасцинации,
- аттракции,
- внушения,
- подражания

Вопрос 3.

К исходным психологическим принципам в организации имиджирования относятся:

- самовоспитание и самосовершенствование;
- принцип гармонии визуального образа;
- принцип адаптивности;
- принцип коммуникативности;
- принцип саморегуляции

Вопрос 4.

Факторы, оказывающие влияние на процесс формирования имиджа:

- возможности самого объекта,

- условия внешней среды,
- требования канала коммуникации,
- требования аудитории,
- требования задачи

Вопрос 5.

Сведения, включающие необходимые характеристики, от содержания и характера которых зависит качество формируемого образа, представляют собой:

- конструкцию образа,
- имиджформирующую информацию,
- психологическую установку,
- мировоззренческую позицию

Вопрос 6.

Факторами, определяющими первое впечатление, являются:

- фактор преимущества,
- фактор психологической совместимости,
- фактор привлекательности,
- фактор отношения к нам,
- фактор объективности

Вопрос 7.

К «Инструментам» формирования имиджа относятся:

- манипулирование,
- позиционирование,
- конструирование,
- мифологизация,
- вербализация

Вопрос 8.

В числе факторов, определяющих результативность самопрезентации, следующие:

- внутренних мотивов личности,
- склонности к самопредъявлению,
- соответствующие способности,
- параметры ситуации,
- социальный контекст

Вопрос 9.

В набор личных качеств, способствующих успешной самопрезентации входят:

- умение быстро и точно распознавать свойства и состояние конкретного человека (проницательность);
- умение отстаивать свое мнение;
- умение показать навыки делового взаимодействия;
- умение расслабиться

Вопрос 10.

Презентация личностных и деловых качеств подразумевает создание следующих контекстов:

- безопасности,
- доверия,
- готовности к соперничеству,
- обоюдной выгоды,
- готовности к взаимодействию

Вопрос 11.

Умение составить почти безошибочное суждение о человеке с первых минут знакомства, его характере, стиле деятельности, особенностях отношений и даже скрываемых намерениях, называется:

- любознательностью,

- наблюдательностью,
- предприимчивостью,
- проницательностью

Вопрос 12.

Умение поставить себя на место партнера по общению, взглянуть на ситуацию его глазами является механизмом

- децентрации,
- перцепции,
- манипуляции,
- подражания

Вопрос 13. Тип женской фигуры, соответствующий идеальному образу женского тела - это:

- мезоморфный
- эктоморфный
- аморфный

Вопрос 14.

Интегральная дисциплина, основанная на данных таких наук, как физиология, анатомия, психология, ортоботика, информатика, лингвистика- это:

- физиогномика,
- кинесика,
- проксемика,
- такесика

Вопрос 15.

В костюмологии понятие «костюм» трактуется как:

- вид мужской или женской одежды,
- это пиджак и брюки или жакет и юбка, дополненные аксессуарами,
- образно решенный ансамбль,
- ансамбль, объединяющий одежду, обувь, прическу.

Вопрос 16.

К стандартным типам резюме относятся:

- хронологический,
- детализированный,
- функциональный,
- комбинированный,
- многофункциональный

Вопрос 17.

Основными требованиями в написании резюме являются:

- подробность,
- правдивость,
- хороший стиль изложения,
- оригинальность,
- хорошее оформление

Вопрос 18.

Физические, психологические особенности, тип личности, свойства характера, качества личности, индивидуальный стиль принятия решений относятся к группе характеристик:

- социальных,
- профессиональных,
- персональных,
- личностных

Вопрос 19.

В структуре имиджа руководителя учреждения (организации) ведущую роль занимают:

- эмоционально-волевые качества,

- когнитивные качества,
- идеологические предпочтения,
- направленность на дело,
- харизма

Вопрос 20.

Составляющими имиджа успешного руководителя являются:

- успешность в работе;
- лидерский тип руководства;
- хорошие манеры
- умение объективно оценивать людей;
- надежность;

Вопрос 21.

Справедливость, скромность, чувство общественного долга, принципиальность, моральная безупречность относятся к: - моральным качествам,

- природным задаткам,
- деловым качествам,
- волевым качествам,
- организаторским способностям

Вопрос 22.

Активное целенаправленное формирование имиджа руководителя необходимо, если:

- руководитель является «чужим» по отношению к организации,
- руководитель не имеет большого опыта управления,
- организация не достаточно конкурентоспособна,
- в системе управления персоналом есть конфликтные точки,
- размер организации столь велик, что сотрудники не могут составить адекватное представление о деятельности руководителя и его личности

Вопрос 23.

Для формирования имиджа руководителя важны такие составляющие, как:

- степень организованности,
- степень проникновения в образ лидера,
- четкое определение форм и способов поддержки руководителя со стороны подчинённых;
- степень инициативности руководителя,
- степень усвоения подчинёнными его инициатив

Таблица 9 – Примеры оценочных средств с ключами правильных ответов

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах				

	Задание закрытого типа	Получив приглашение на прием, гость обязан а) ответить на него, если принимает приглашение б) ответить независимо от того, принято ли приглашение в) руководствоваться принципом, что правила ответа на приглашение этикетом не регламентированы	б	2
	Задание открытого типа	Хозяин, хозяйка встречают гостей. Гости проходят в дом. Дарят коробку с подарком хозяйке, та, не взглянув на него, быстро благодарит гостей, приглашает всех снять верхнюю одежду и сесть за стол. Очень большой букет цветов, подаренный гостями, хозяйка ставит в вазу на праздничный стол. Вскоре все сидят за столом. Найдите ошибки, которые допущены в данной ситуации.	Хозяйка обязательно должна развернуть подарок, а потом поблагодарить гостей. Большой букет на стол ставить нецелесообразно. Он мешает всем общаться, да и места занимает много. На стол можно поставить только маленький букетик. В данном случае, приняв букет, надо было его поставить в вазу где-то в комнате. Гостям необходимо предложить пройти в ванную комнату, чтобы те смогли привести себя в порядок – вымыть руки, причесаться и т.д.	5
	Задание закрытого типа	Женщины в деловых кругах никогда нежимают руки а) Филиппины б) Финляндия в) Южная Корея г) Венгрия	в	2
	Задание открытого типа	Расскажите об особенностях этикета визиток в Китае	1. Имейте при себе двухсторонние визитки, на одной из сторон которой текст переведен на китайский (или на местные китайские диалекты) с использованием упрощенных китайских иероглифов, которые печатаются в золотых красках. 2. Если Ваша компания является старейшей или	5

			<p>крупнейшей в вашей стране, то следует отметить это на визитке.</p> <p>3. Держите визитную карточку обеими руками, когда предлагаете ее.</p>	
	Задание закрытого типа	<p>Родиной этикета по праву можно считать</p> <p>а) Англию б) Францию в) Германию г) Италию</p>	б	2
	Задание открытого типа	<p>Составьте подробную программу пребывания иностранной делегации</p>	<p>УТВЕРЖДАЮ _____ И.А. Иванов «__» _____ 2008 г.</p> <p>ПРОГРАММА пребывания немецкой делегации в количестве 4-х человек, прибывающих в АО "Интерконтиненталь" для решения вопросов по взаимному сотрудничеству</p> <p>Состав делегации: Герман фон Берг - президент фирмы "Ориент", Эрих Крамер - руководитель отдела внешних сношений, Фриц Вольф - руководитель отдела закупок, Хельга Редигер - переводчик.</p> <p>Срок пребывания - 2 дня. Прибытие 06 октября 2008 г. Убытие 08 октября 2008 г.</p> <p>Ответственный за прием делегации - Виноградов Владимир Владимирович Тел: 248-57-96</p> <p>Дата Время Мероприятия Ответственные</p> <p>06.10 8.00 Встреча в аэропорту «Шереметьево-2» Виноградов В.В.</p> <p>9.00 Размещение в гостинице «Россия» Виноградов В.В.</p> <p>10.00 Визит вежливости</p>	5

			<p>Иванов И.А.</p> <p>12.00 – 14.00 Переговоры на фирме Демченко Д.Н. Овсянников Е.Г. Мильчаков И.Ф.</p> <p>14.00 – 15.00 Обед Соловьева Н.И.</p> <p>15.00 – 17.00 Продолжение переговоров</p> <p>17.00 – 21.00 Свободное время: посещение театра Сидорова Т.Г.</p> <p>07.10 10.00 – 14.00 Продолжение переговоров</p> <p>14.00 – 15.00 Обед Соловьева Н.И.</p> <p>15.00 – 16.00 Подписание соглашения о сотрудничестве Демченко Д.Н.</p> <p>16.00 – 19.00 Свободное время: прогулка по городу Матвеева Р.М.</p> <p>21.00 – 23.00 Торжественный ужин в ресторане «Балчуг» Дегтярев Д.Е.</p> <p>08.10 10.00 Проводы в аэропорту «Шереметьево-2» Виноградов В.В.</p> <p>Начальник отдела внешнеэкономических связей <i>Баринов</i> К.И. Баринов</p>	
--	--	--	---	--

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Проведение зачета

Оценивание студентов осуществляется в соответствии с требованиями и критериями 100-балльной шкалы. Учитываются как результаты текущего контроля, так и знания, навыки и умения, непосредственно показанные студентами в ходе зачета.

Текущий контроль осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования студентов, по результатам выполнения самостоятельных и тематических контрольных работ. Он предусматривает проверку готовности студентов к плановым занятиям, оценку качества и самостоятельности выполнения заданий на практических занятиях, проверку правильности решения задач, выданных на самостоятельную проработку.

На зачете осуществляется комплексная проверка знаний, навыков и умений студентов по всему теоретическому материалу дисциплины и с проверкой практических навыков и умений. Теоретические знания оцениваются путем компьютерного тестирования или на основании письменных ответов студентов по нескольким теоретическим вопросам.

Критерии оценки:

5 «отлично»	-дается комплексная оценка предложенной ситуации; -демонстрируются глубокие знания теоретического материала и умение их применять; - последовательное, правильное выполнение всех заданий; -умение обоснованно излагать свои мысли, делать необходимые выводы.
4 «хорошо»	-дается комплексная оценка предложенной ситуации; -демонстрируются глубокие знания теоретического материала и умение их применять; - последовательное, правильное выполнение всех заданий; -возможны единичные ошибки, исправляемые самим студентом после замечания преподавателя; -умение обоснованно излагать свои мысли, делать необходимые выводы.
3 «удовлетворительно»	-затруднения с комплексной оценкой предложенной ситуации; -неполное теоретическое обоснование, требующее наводящих вопросов преподавателя; -выполнение заданий при подсказке преподавателя; - затруднения в формулировке выводов.
2 «неудовлетворительно»	- неправильная оценка предложенной ситуации; -отсутствие теоретического обоснования выполнения заданий.

Максимальное количество баллов за работу в течение 1 семестра: 100 баллов

Контролируемые мероприятия	Баллы /Количество мероприятий	Максимальное количество баллов	Срок предоставления
Выступления на семинарских занятиях:			
Опрос		25	по расписанию
Контрольная работа	10\2	20	по расписанию
Тестирование	10\1	10	по расписанию
Контроль творческой самостоятельной работы			
Реферат	10\2	20	по расписанию
Эссе	1	15	По расписанию
Всего		90 баллов (10 баллов бонусы)	экзамен
ИТОГО		100	

Начисление бонусов

	Показатель	Баллы
1.	Отсутствие пропусков лекций	+1
2.	Отсутствие пропусков семинарских занятий	+1

3. Участие с докладами на научных конференциях:	
внутривузовской	+1
городской	+1
областной	+2
Региональной	+2
международной	+2

Система штрафов

	Показатель	Баллы
1.	Опоздание (два и более)	-2
2.	Не готов к занятию	-1
3.	Нарушение учебной дисциплины	-2
4.	Пропуск лекций без уважительной причины (одно занятие)	-1
5.	Пропуск семинарских занятий без уважительной причины (одно занятие)	-1
6.	Нарушение правил техники безопасности	-3

Вопросы к зачету

1. Истоки зарождения, предпосылки развития и теоретико-прикладное назначение имиджеологии
2. Тенденции и перспективы развития имиджеологии в России
3. Место имиджеологии в современном государственном управлении, менеджменте и предпринимательстве
4. Имиджеология в системе научных знаний
5. Понятие имиджа как явления и средства воздействия.
6. Имидж как психологическая PR - категория
7. Социальная перцепция: механизмы и закономерности
8. Ценность позитивного имиджа в современном деловом мире
9. Типология и виды имиджа
10. Свойства и функции имиджа
11. Связь имиджа, мифа, архетипа и стереотипа
12. Идея имиджа как публичного или внешнего «Я»
13. Вербальный и невербальный имидж как составляющие целостного образа
14. Механизмы фасцинации и аттракции
15. Визуальные характеристики имиджа. Физиогномика. Фейсбилдинг.
16. Кинесика. Искусство жеста
17. Социально-ролевое назначение одежды.
18. Информативный и культурный потенциал одежды.
19. Украшения и аксессуары в деловом костюме
20. Речь и ее значение в создании эффективного имиджа
21. Самопрезентация: понятие, цель, мотивы
22. Заочная самопрезентация: правила составления и подачи резюме
23. Технология самопрезентации
24. Первое впечатление и его значение: факторы, определяющие первое впечатление
25. Эффекты первого впечатления
26. Имиджирование и имиджмейкинг. Профессия – имиджмейкер

27. Принципы имиджирования
28. «Секреты» и слагаемые обаяния личности. Харизматическая личность
29. Имидж организации: характеристики, функции, типы
30. Базовые структурные модели и основные подходы к созданию имиджа организации
31. Имидж руководителя и его составляющие
32. Имидж власти и политиков
33. Инструментарий имиджирования в политических кампаниях
34. Имидж политического лидера: основные черты, особенности формирования и корректировки
35. Психотехнологии создания политических образов
36. Имидж государственной службы и государственного служащего

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1. Шарков, Ф. И. Корпоративная имиджология : монография / Шарков Ф. И. , Потапчук В. А. , Давыдов Д. Г. - Москва : Академический Проект, 2020. - 176 с. - ISBN 978-5-8291-2930-9. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785829129309.html>

2. Лысикова, О. В. Имиджология и паблик рилейшнз в социокультурной сфере : учеб. пособие / Лысикова О. В. , Лысикова Н. П. - 3-е изд. , стер. - Москва : ФЛИНТА, 2019. - 168 с. - ISBN 978-5-89349-853-0. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785893498530.html>

Перечень ресурсов информационно- телекоммуникационной сети «Интернет», необходимый для освоения дисциплины (модуля)

Перечень электронно-библиотечных систем (ЭБС)

Учебный год	Наименование ЭБС
2022/2023	<p>Электронная библиотека «Астраханский государственный университет» собственной генерации на платформе ЭБС «Электронный Читальный зал – БиблиоТех». https://biblio.asu.edu.ru <i>Учетная запись образовательного портала АГУ</i></p>
	<p>Электронно-библиотечная система (ЭБС) ООО «Политехресурс» «Консультант студента». Многопрофильный образовательный ресурс «Консультант студента» является электронной библиотечной системой, предоставляющей доступ через сеть Интернет к учебной литературе и дополнительным материалам, приобретенным на основании прямых договоров с правообладателями. Каталог в настоящее время содержит около 15000 наименований. www.studentlibrary.ru. <i>Регистрация с компьютеров АГУ</i></p>
	<p>Электронная библиотечная система издательства ЮРАЙТ, раздел «Легендарные книги». www.biblio-online.ru</p>

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Учебные аудитории, библиотеки АГУ, компьютерные классы, мультимедийные аудитории. Программное обеспечение: Microsoft Office.

При необходимости рабочая программа дисциплины (модуля) может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения. Для этого требуется заявление студента (его законного представителя) и заключение психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК).