

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Астраханский государственный университет имени В. Н. Татищева»  
(Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева)

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОПОП

Т.А. Тризно

«04» апреля 2024 г.

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой журналистики и  
медиакommunikаций

Г.С. Белолипская

«04» апреля 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**ИМИДЖЕОЛОГИЯ В МЕДИЙНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Составитель	<b>Фадеева И.В., к. филол. н., доцент кафедры журналистики и медиакommunikаций</b>
Согласовано с работодателями:	<b>Ядыкин Р.Ю., первый заместитель министра государственного управления, информационных технологий и связи Астраханской области</b> <b>Линько М.О., директор маркетингового агентства «Микс»</b>
Направление подготовки	<b>42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ</b>
Направленность (профиль) ОПОП	
Квалификация (степень)	<b>бакалавр</b>
Форма обучения	<b>очная, заочная</b>
Год приема	<b>2024</b>
Курс	<b>3</b>
Семестр	<b>5</b>

Астрахань, 2024 г.

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. **Цель** освоения дисциплины – подготовка специалиста, владеющего основополагающими знаниями о технологии формирования корпоративного и профессионального имиджа; овладение профессиональной терминологией, знание принципов и правил имиджирования; приобретение студентами навыков имиджирования как любой разновидности медиа, так и своей персоны.

### 1.2. **Задачи** дисциплины:

- сформировать у студентов представление об основах имиджелогии как дисциплины, обуславливающей определенный стиль поведения на уровне профессионального общения, об основных проблемах, связанных с таким явлением, как имидж, в различных его аспектах, получающих практическую реализацию в современной социальной медиа-практике, а также о существующих или возможных научных подходах к решению этих проблем;
- познакомить студентов с понятийным инструментарием имиджелогии и ее основными теоретическими принципами;
- сформировать представление о современных концепциях имиджа;
- обучить студентов ключевым технологиям формирования корпоративного имиджа различных медиа и персонального имиджа медиаспециалиста, помочь им овладеть навыками построения данных имиджей;
- выработать у обучающихся представления об определенном типе поведения в каждой конкретной ситуации, научить их оперативно разрабатывать ситуативный имидж.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Учебная дисциплина «Имиджеология в медийной деятельности» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

– *«Основы теории коммуникации»*

**Знания:** основы теории коммуникации как акта общения, состоящего в обмене сообщениями с целью достижения определенного эффекта; коммуникации как вида деятельности с определенными методами и навыками достижения планируемого эффекта; действующие в этом процессе барьеры и факторы организации эффективной коммуникации; взаимосвязь коммуникации как вида деятельности с параметрами экономического, политического, социального пространства; основные точки напряжения, асоциальные эффекты социальной коммуникации, способы снятия конфликтов и её гуманизации.

**Умения:** соотносить теоретические схемы изучения коммуникации с практикой мировой культуры; прогнозировать сценарии коммуникации в процессе практической деятельности в сфере журналистики, рекламы и связей с общественностью с учетом факторов организации эффективного коммуникационного процесса, использовать полученные знания для подготовки текстов, отвечающих данным критериям.

**Навыки:** навыками анализа практической деятельности в сфере журналистики, рекламы и связей с общественностью, а также гармоничного общения в студенческой и будущей профессиональной среде с учетом наработанных теорией способов достижения эффективной коммуникации.

– *«Введение в коммуникационные специальности»*

**Знания:** истоки, сущность и специфику журналистской профессии, важнейшие социальные роли журналиста, особенности необходимых личностных и профессиональных качеств, основные принципы культуры умственной деятельности, приемы активизации

мыслительных процессов (развития наблюдательности, памяти, мышления), формы и способы учебной деятельности.

Умения: базироваться на этих знаниях в своей учебной и профессиональной работе.

Навыки: владеть способами активизации умственных процессов, навыками учебной работы в различных формах (на лекциях, семинарах, в ходе лабораторно-практических занятий и т.п.), изучения литературы, конспектирования, оформления библиографии, подготовки письменных работ.

2.3. Знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной, могут быть также востребованы при прохождении производственной практики, при подготовке научно-исследовательских и творческих работ.

### 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

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

а) универсальных (УК)

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

б) общепрофессиональных (ОПК)

в) профессиональных (ПК)

ПК-3. Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

**Таблица 1. Декомпозиция результатов обучения**

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)		
		Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
УК-6	УК-6.1. Оценивает личностные ресурсы и управляет своим временем для выстраивания траектории саморазвития УК-6.2. Эффективно использует время и другие ресурсы при реализации траектории саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	– методы самооценки личностных качеств и компетенций, а также принципы тайм-менеджмента и постановки личных целей – основные принципы концепции образования в течение всей жизни и методы эффективного использования различных ресурсов (временных, информационных, образовательных)	– анализировать свои сильные и слабые стороны, формулировать цели саморазвития и планировать личное время для их достижения – выбирать и использовать доступные ресурсы (онлайн-курсы, литература, профессиональные сообщества) для реализации своего плана развития в рамках выбранной траектории	– навыком составления и корректировки индивидуального плана развития с эффективным распределением временных ресурсов – навыками применения техник тайм-менеджмента и инструментов планирования для постоянного профессионального и личностного роста
ПК-3	ПК-4.1. Реализует типовые алгоритмы	– типовые алгоритмы и этапы ре-	– разрабатывать планы и организо-	– навыками применения типовых ал-

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)		
		Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
	проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью. ПК-4.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью. ПК-4.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании	ализации проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью. – состав, структуру и требования к основным документам, сопровождающим проект на разных этапах его жизненного цикла. – виды, методы и инструменты маркетинговых исследований, применяемые для сбора и анализа информации при планировании кампаний.	вызвать выполнение задач проекта в соответствии со стандартными моделями. – разрабатывать и оформлять базовый пакет проектной документации – интерпретировать данные исследований для формулирования целей, стратегии и тактики рекламной или PR-кампании.	горитмов на практике для решения проектных задач. – навыками документооборота проекта и стандартными программными решениями для их создания и оформления. – навыками работы с результатами исследований для обоснования принимаемых коммуникационных решений.

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины в соответствии с учебным планом составляет 2 зачетные единицы (72 часа).

Трудоемкость отдельных видов учебной работы студентов очной форм обучения приведена в таблице 2.1.

**Таблица 2.1. Трудоемкость отдельных видов учебной работы по формам обучения**

Вид учебной и внеучебной работы	для очной формы обучения	для заочной формы обучения
Объем дисциплины в зачетных единицах	2	2
Объем дисциплины в академических часах	72	72
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего), в том числе (час.):	36	8
- занятия лекционного типа	18	4
- занятия семинарского типа (семинары, практические)	18	4
- практическая подготовка (если предусмотрена)	2	2
- консультация (предэкзаменационная)		
- промежуточная аттестация по дисциплине		
Самостоятельная работа обучающихся (час.)	36	64
Форма промежуточной аттестации обучающегося (зачет/экзамен)	Зачет - семестр 5	Зачет - семестр 5

**Таблица 2.**  
**Структура и содержание дисциплины (модуля)**

*для очной формы обучения*

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Контактная работа, час.						КР / КП	СР, час.	Итого часов	Форма текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации
	Л		ПЗ		ЛР					
	Л	в т.ч. ПП	ПЗ	в т.ч. ПП	ЛР	в т.ч. ПП				
Тема 1. Объект и предмет имиджеологии. Цели, задачи и функции имиджа.	3		3					6	12	Устный опрос, практическое задание
Тема 2. Виды имиджей. Роль имиджа в формировании общественного мнения.	3		3					6	12	Устный опрос, практическое задание
Тема 3. Методы формирования имиджа. Методы исследования имиджа.	3		3					6	12	Устный опрос, практическое задание
Тема 4. Индивидуальный имидж. Самопрезентация.	3		3					6	12	Устный опрос, практическое задание
Тема 5. Политический имидж.	3		3					6	12	Устный опрос, практическое задание
Тема 6. Корпоративный имидж.	3		3	2				6	12	Устный опрос, практическое задание
Консультация										
Контроль промежуточной аттестации										
<b>ИТОГО за семестр:</b>	<b>18</b>		<b>18</b>	<b>2</b>				<b>36</b>	<b>72</b>	<b>Зачет</b>

*для заочной формы обучения*

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Контактная работа, час.						КР / КП	СР, час.	Итого часов	Форма текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации
	Л		ПЗ		ЛР					
	Л	в т.ч. ПП	ПЗ	в т.ч. ПП	ЛР	в т.ч. ПП				
Тема 1. Объект и предмет имиджеологии. Цели, задачи и функции имиджа.	2		2					8	12	Устный опрос, практическое задание

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Контактная работа, час.						КР / К П	СР, час.	Итого часов	Форма текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации
	Л		ПЗ		ЛР					
	Л	в т.ч. ПП	ПЗ	в т.ч. ПП	ЛР	в т.ч. ПП				
Тема 2. Виды имиджей. Роль имиджа в формировании общественного мнения.	2		2	2				8	12	Устный опрос, практическое задание
Тема 3. Методы формирования имиджа. Методы исследования имиджа.								12	12	Устный опрос, практическое задание
Тема 4. Индивидуальный имидж. Самопрезентация.								12	12	Устный опрос, практическое задание
Тема 5. Политический имидж.								12	12	Устный опрос, практическое задание
Тема 6. Корпоративный имидж.								12	12	Устный опрос, практическое задание
Консультация										
Контроль промежуточной аттестации										
<b>ИТОГО за семестр:</b>	<b>4</b>	<b>4</b>		<b>2</b>				<b>64</b>	<b>72</b>	Зачет

*Примечание:* Л – лекция; ПЗ – практическое занятие, семинар; ЛР – лабораторная работа; ПП – практическая подготовка; КР / КП – курсовая работа / курсовой проект; СР – самостоятельная работа.

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

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Кол-во часов	Код компетенции			Общее количество компетенций
		УК-6	ПК-3		
Тема 1. Объект и предмет имиджеологии. Цели, задачи и функции имиджа.	12	+	+		2
Тема 2. Виды имиджей. Роль имиджа в формировании общественного мнения.	12	+	+		2
Тема 3. Методы формирования имиджа. Методы исследования имиджа.	12	+	+		2
Тема 4. Индивидуальный имидж. Самопрезентация.	12	+	+		2
Тема 5. Политический имидж.	12	+	+		2
Тема 6. Корпоративный имидж.	12	+	+		2

<b>Итого</b>	<b>72</b>				<b>2</b>
--------------	-----------	--	--	--	----------

## **Краткое содержание каждой темы дисциплины (модуля)**

### **Тема 1. Объект и предмет имиджеологии. Цели, задачи и функции имиджа.**

Объект имиджеологии: феномен имиджа как целостный социально-психологический и коммуникативный феномен.

Предмет имиджеологии: закономерности, технологии и методы формирования, коррекции и управления имиджем.

Определение понятия «имидж». Имидж / образ: сходство и различия.

Цели формирования имиджа: достижение социальной привлекательности, влияния, конкурентных преимуществ.

Задачи имиджеологии: изучение структуры имиджа, разработка технологий его проектирования, анализ эффективности.

Функции имиджа: идентификационная, идеализирующая, адресно-ориентирующая, опосредованного управления отношениями.

Социально- психологическая природа имиджа.

### **Тема 2. Виды имиджей. Роль имиджа в формировании общественного мнения.**

Классификация имиджей по субъекту.

Классификация по психологическим основаниям.

Классификация по социальному контексту.

Имидж как инструмент структурирования и интерпретации социальной информации.

Влияние имиджа на формирование социальных стереотипов и установок.

Жесты.

Функционирование имиджа в системе массовых коммуникаций как фактор конструирования общественного мнения.

Понятия: символ, имидж, бренд.

Управление репутацией.

Инструментарий имиджеологии.

### **Тема 3. Методы формирования имиджа. Методы исследования имиджа.**

Методы формирования имиджа: стратегическое позиционирование, мифологизация, эмоционализация, вербализация, визуализация.

PR-технологии и инструменты маркетинговых коммуникаций в создании имиджа.

Методы исследования и диагностики имиджа: контент-анализ, фокус-группы, экспертные опросы.

Психодиагностические методы: семантический дифференциал, метод репертуарных решеток, ассоциативный эксперимент.

Социологические методы: массовые опросы для измерения уровня известности и компонентной структуры имиджа.

### **Тема 4. Индивидуальный имидж. Самопрезентация.**

Структура индивидуального имиджа: габитарный, кинетический, вербальный, средовой и овеществленный компоненты.

Психологические основы самопрезентации: стратегии «нравления», самоподачи и управление впечатлением.

Техники вербальной и невербальной коммуникации в процессе самопрезентации.

Понятие личного бренда и его отличие от имиджа.

Роль рефлексии и обратной связи в коррекции индивидуального имиджа.

### **Тема 5. Политический имидж.**

Специфика политического имиджа: функции, структура (персональные, социальные, символические характеристики).

Технологии создания и продвижения имиджа политического лидера и организации.

Политическая реклама, пропаганда и PR.

Имидж как коммуникация.

## **Тема 6. Корпоративный имидж.**

Понятие корпоративного имиджа как целостного восприятия компании различными группами общественности.

Структурные компоненты корпоративного имиджа.

Управление корпоративной идентичностью как основой формирования имиджа.

Роль корпоративной культуры, философии и социальной ответственности в построении имиджа.

Инструменты формирования и продвижения корпоративного имиджа.

Оценка эффективности корпоративного имиджа и методы его коррекции.

## **5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРЕПОДАВАНИЮ И ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

### **5.1. Указания для преподавателей по организации и проведению учебных занятий по дисциплине (модулю)**

При подготовке к лекции, семинарским занятиям, выполнении самостоятельных работ необходимо воспользоваться системой «Электронное образование»:

<https://moodle.asu.edu.ru/course/view.php?id=832>

Студенты могут работать с текстами лекций и практических занятий в электронном виде, т.к. они расположены в LMS Moodle «Электронное образование» на сайте АГУ.

Подготовка к практическому (семинарскому) занятию начинается с тщательного ознакомления с условиями предстоящей работы, т. е. с обращения к вопросам семинарских занятий. Определившись с проблемой, следует обратиться к рекомендуемой литературе. При подготовке к практическому (семинарскому) занятию обязательно требуется изучение дополнительной литературы по теме занятия. Без использования нескольких источников информации невозможно проведение дискуссии на занятиях, обоснование собственной позиции, построение аргументации.

Если обсуждаемый аспект носит дискуссионный характер, следует изучить существующие точки зрения и выбрать тот подход, который вам кажется наиболее верным. При этом следует учитывать необходимость обязательной аргументации собственной позиции. Во время практических занятий рекомендуется активно участвовать в обсуждении рассматриваемой темы, принимать участие в выполнении практических заданий.

С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, поскольку она является важной формой организации учебного процесса: знакомит с новым учебным материалом; разъясняет учебные элементы, трудные для понимания; систематизирует учебный материал; ориентирует в учебном процессе.

К зачету необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по дисциплине.

В самом начале учебного курса студенту следует познакомиться со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен овладеть;
- тематическими планами лекций, семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебными пособиями по дисциплине;
- перечнем вопросов к зачету.

После этого у студента должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях, семинарских занятиях и в процессе самостоятельной работы позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи зачета.

## 5.2. Указания для обучающихся по освоению дисциплины (модулю)

Самостоятельная работа студентов представлена в следующих формах: подготовка к собеседованию.

**Таблица 4. Содержание самостоятельной работы обучающихся**

для очной формы обучения

<i>Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение</i>	<i>Кол-во часов</i>	<i>Формы работы</i>
<p><i>Тема 1. Объект и предмет имиджеологии. Цели, задачи и функции имиджа.</i>  Генезис имиджеологии как научной дисциплины: этапы становления и основные научные школы.  Междисциплинарные связи имиджеологии с психологией, социологией, теорией коммуникации и маркетингом.  Эволюция подходов к определению объекта и предмета имиджеологии в отечественной и зарубежной науке.</p>	6	Подготовка к собеседованию
<p><i>Тема 2. Виды имиджей. Роль имиджа в формировании общественного мнения.</i>  Концепция «спонтанного» и «целенаправленного» имиджа: механизмы формирования и эффективность.  Имидж как инструмент манипуляции общественным сознанием в условиях медиатизированной реальности.  Роль стереотипов и архетипов в процессе восприятия и классификации видов имиджа.</p>	6	Подготовка к собеседованию
<p><i>Тема 3. Методы формирования имиджа. Методы исследования имиджа.</i>  Нейромаркетинг как современный инструмент исследования эффективности имиджевых характеристик.  Технология бренд-менеджмента в формировании и продвижении целостного имиджа.  Сравнительный анализ качественных и количественных методов диагностики имиджа: достоверность и область применения.</p>	6	Подготовка к собеседованию
<p><i>Тема 4. Индивидуальный имидж. Самопрезентация.</i>  Теория управления впечатлениями И. Гоффмана: драматургический подход к самопрезентации.</p>	6	Подготовка к собеседованию

<p>Психологические типажи и архетипы в построении эффективного индивидуального имиджа.</p> <p>Стратегии и тактики самопрезентации в цифровой среде: особенности формирования онлайн-имиджа.</p>		
<p><i>Тема 5. Политический имидж.</i></p> <p>Технологии создания харизматического имиджа политического лидера.</p> <p>Специфика антикризисных коммуникаций в управлении политическим и корпоративным имиджем.</p>	6	Подготовка к собеседованию
<p><i>Тема 6. Корпоративный имидж.</i></p> <p>Управление корпоративной идентичностью как фундамент формирования имиджа.</p> <p>Влияние корпоративной социальной ответственности (КСО) на формирование позитивного корпоративного имиджа.</p> <p>Влияние внутреннего корпоративного имиджа на лояльность персонала и эффективность бизнес-процессов.</p>	6	Подготовка к собеседованию

для заочной формы обучения

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Кол-во часов	Формы работы
<p><i>Тема 1. Объект и предмет имиджеологии. Цели, задачи и функции имиджа.</i></p> <p>Генезис имиджеологии как научной дисциплины: этапы становления и основные научные школы.</p> <p>Междисциплинарные связи имиджеологии с психологией, социологией, теорией коммуникации и маркетингом.</p> <p>Эволюция подходов к определению объекта и предмета имиджеологии в отечественной и зарубежной науке.</p>	8	Подготовка к собеседованию
<p><i>Тема 2. Виды имиджей. Роль имиджа в формировании общественного мнения.</i></p> <p>Концепция «спонтанного» и «целенаправленного» имиджа: механизмы формирования и эффективность.</p> <p>Имидж как инструмент манипуляции общественным сознанием в условиях медиатизированной реальности.</p> <p>Роль стереотипов и архетипов в процессе восприятия и классификации видов имиджа.</p>	8	Подготовка к собеседованию
<p><i>Тема 3. Методы формирования имиджа. Методы исследования имиджа.</i></p> <p>Нейромаркетинг как современный инструмент исследования эффективности имиджевых характеристик.</p>	12	Подготовка к собеседованию

Технология бренд-менеджмента в формировании и продвижении целостного имиджа. Сравнительный анализ качественных и количественных методов диагностики имиджа: достоверность и область применения.		
<i>Тема 4. Индивидуальный имидж. Самопрезентация.</i> Теория управления впечатлениями И. Гоффмана: драматургический подход к самопрезентации. Психологические типажи и архетипы в построении эффективного индивидуального имиджа. Стратегии и тактики самопрезентации в цифровой среде: особенности формирования онлайн-имиджа.	12	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 5. Политический имидж.</i> Технологии создания харизматического имиджа политического лидера. Специфика антикризисных коммуникаций в управлении политическим и корпоративным имиджем.	12	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 6. Корпоративный имидж.</i> Управление корпоративной идентичностью как фундамент формирования имиджа. Влияние корпоративной социальной ответственности (КСО) на формирование позитивного корпоративного имиджа. Влияние внутреннего корпоративного имиджа на лояльность персонала и эффективность бизнес-процессов.	12	Подготовка к собеседованию

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

#### Методические рекомендации по выполнению контрольных работ

##### Контрольные работы

Контрольная работа состоит из 2-х заданий. Основаниями для снижения оценки за задание являются:

- ошибки в объяснениях и комментариях при верно выполненном задании;
- неполный ответ для теоретических заданий;
- небрежное выполнение;
- многократное переписывание контрольной работы.

Задание не может быть засчитано, если:

- даны два неверных ответа на теоретические вопросы.

##### Проведение зачета

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

## 6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

### 6.1. Образовательные технологии

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки бакалавров в рамках изучения дисциплины предусмотрено использование в учебном процессе следующих активных и интерактивных форм проведения занятий:

**Таблица 5. Образовательные технологии, используемые при реализации учебных занятий**

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Форма учебного занятия		
	Лекция	Практическое занятие	Лабораторная работа
Тема 1. Объект и предмет имиджеологии. Цели, задачи и функции имиджа.	Лекция-диалог	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 2. Виды имиджей. Роль имиджа в формировании общественного мнения.	Лекция-диалог	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 3. Методы формирования имиджа. Методы исследования имиджа.	Лекция-диалог	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 4. Индивидуальный имидж. Самопрезентация.	Лекция-диалог	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 5. Политический имидж.	Лекция-диалог	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 6. Корпоративный имидж.	Лекция-диалог	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено

### 6.2. Информационные технологии

- использование электронных учебников и различных сайтов (например, электронные библиотеки, журналы и т.д.) как источник информации;
- использование интерактивных средств взаимодействия участников образовательного процесса (технологии дистанционного или открытого обучения в глобальной сети (веб-конференции, форумы, учебно-методические материалы и др.));
- использование средств представления учебной информации (электронных учебных пособий и практикумов, применение новых технологий для проведения очных (традиционных) семинаров с использованием презентаций и т.д.);
- использование виртуальной обучающей среды (LMS Moodle «Электронное образование»).

### 6.3. Программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и ин-

## формационные справочные системы

### 6.3.1. Программное обеспечение

1. Браузер – Google Chrome, Opera,
2. Операционная система – Windows 10,
3. Офисная программа – MS Office 2013,
4. Программа для просмотра электронных документов – Adobe Reader.
5. Платформа дистанционного обучения LMS Moodle «Электронное образование».

### 6.3.2. Современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы

1. Электронный каталог Научной библиотеки АГУ на базе MARK SQL НПО «Информ-систем». <https://library.asu.edu.ru/catalog/>
2. Электронная библиотека «Астраханский государственный университет» собственной генерации на электронной платформе ЭБС «Электронный Читальный зал – БиблиоТех». <https://biblio.asu.edu.ru>

## 7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

### 7.1. Паспорт фонда оценочных средств

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) 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 6. Соответствие изучаемых разделов, результатов обучения и оценочных средств**

Контролируемые разделы дисциплины (модуля)	Код контролируемой компетенции (компетенций)	Наименование оценочного средства
Тема 1. Объект и предмет имиджеологии. Цели, задачи и функции имиджа.	УК-6; ПК-3	Устный опрос, практическое задание
Тема 2. Виды имиджей. Роль имиджа в формировании общественного мнения.	УК-6; ПК-3	Устный опрос, практическое задание
Тема 3. Методы формирования имиджа. Методы исследования имиджа.	УК-6; ПК-3	Устный опрос, практическое задание
Тема 4. Индивидуальный имидж. Самопрезентация.	УК-6; ПК-3	Устный опрос, практическое задание
Тема 5. Политический имидж.	УК-6; ПК-3	Устный опрос, практическое задание
Тема 6. Корпоративный имидж.	УК-6; ПК-3	Устный опрос, практическое задание

7.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

**Таблица 7. Показатели оценивания результатов обучения в виде знаний**

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует глубокое знание теоретического материала, умение обоснованно излагать свои мысли по обсуждаемым вопросам, способность полно, правильно и аргументированно отвечать на вопросы, приводить примеры
4 «хорошо»	демонстрирует знание теоретического материала, его последовательное изложение, способность приводить примеры, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует неполное, фрагментарное знание теоретического материала, требующее наводящих вопросов преподавателя, допускает существенные ошибки в его изложении, затрудняется в приведении примеров и формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	демонстрирует существенные пробелы в знании теоретического материала, не способен его изложить и ответить на наводящие вопросы преподавателя, не может привести примеры

**Таблица 8.**  
**Показатели оценивания результатов обучения в виде умений и владений**

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы
4 «хорошо»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует отдельные, несистематизированные навыки, не способен применить знание теоретического материала при выполнении заданий, испытывает затруднения и допускает ошибки при выполнении заданий, выполняет задание при подсказке преподавателя, затрудняется в формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	не способен правильно выполнить задание

### 7.3. Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения по дисциплине (модулю)

#### Практические задания

1. Разработать структурные компоненты индивидуального имиджа для публичной личности (политик, руководитель) с учетом габитарного, кинетического и вербального элементов.
2. Провести контент-анализ публичных выступлений медийного лица для идентификации ключевых вербальных стратегий формирования имиджа.
3. Составить план эмпирического исследования имиджа коммерческой организации с применением метода фокус-групп и семантического дифференциала.

4. Разработать сценарный план самопрезентации для конкретной профессиональной ситуации (собеседование, публичное выступление).
5. Спроектировать имиджевую стратегию политического кандидата на этапе избирательной кампании, определив целевые аудитории и ключевые сообщения.
6. Проанализировать визуальный имидж (логотип, корпоративные цвета) двух компаний одной отрасли и провести их сравнительную характеристику.
7. Составить рекомендации по коррекции корпоративного имиджа компании, находящейся в условиях кризисной коммуникации.
8. Разработать анкету для экспертного опроса по оценке эффективности имиджа государственного учреждения.
9. Создать персональный бренд-бук для медийного специалиста, включающий визуальные и коммуникативные стандарты.
10. Смоделировать процесс формирования имиджа нового продукта на рынке, определив этапы позиционирования и продвижения.
11. Подготовить риторический портрет публичной личности на основе анализа текстовых и видеовыступлений.
12. Разработать программу внутреннего PR для укрепления корпоративного имиджа среди сотрудников организации.
13. Составить медиаплан продвижения позитивного имиджа социально ориентированного проекта.
14. Провести аудит социальных сетей бренда и разработать предложения по оптимизации контент-стратегии для усиления имиджа.
15. Разработать визуальную концепцию (подбор одежды, цветовой палитры, аксессуаров) для публичных выступлений руководителя.

### **Вопросы для обсуждения**

1. Определение объекта и предмета имиджеологии в контексте современных медийных процессов.
2. Анализ ключевых функций имиджа в системе социальных коммуникаций.
3. Классификация видов имиджа по различным основаниям и критериям.
4. Механизмы влияния имиджа на формирование и динамику общественного мнения.
5. Сравнительная характеристика методов формирования и методов исследования имиджа.
6. Роль психологических и социологических методов в диагностике эффективности имиджа.
7. Структурные компоненты индивидуального имиджа и их взаимосвязь.
8. Стратегии и тактики самопрезентации как осознанного конструирования индивидуального имиджа.
9. Специфика формирования и продвижения политического имиджа.
10. Взаимосвязь корпоративной идентичности и корпоративного имиджа.
11. Критерии оценки эффективности корпоративного имиджа.
12. Трансформация имиджевых технологий под влиянием цифровой среды.
13. Проблема измерения и управления деловой репутацией в контексте имиджеологии.
14. Этика использования имиджевых технологий в медийной деятельности.
15. Анализ роли визуальных коммуникаций в проектировании целостного имиджа.

### **Перечень вопросов, выносимых на зачет**

1. Определение объекта и предмета имиджеологии как научной дисциплины.

2. Характеристика основных целей и задач формирования имиджа в публичном пространстве.
3. Анализ ключевых функций имиджа в системе социальных и медийных коммуникаций.
4. Классификация видов имиджа по критерию субъекта-носителя.
5. Механизмы влияния имиджа на процессы формирования общественного мнения.
6. Сравнительный анализ методов формирования имиджа и методов его исследования.
7. Структура индивидуального имиджа и её основные компоненты.
8. Стратегии и тактики самопрезентации в процессе управления впечатлением.
9. Специфика формирования и ключевые компоненты политического имиджа.
10. Сущность корпоративного имиджа и его взаимосвязь с корпоративной идентичностью.
11. Инструменты и каналы формирования и продвижения корпоративного имиджа.
12. Методы оценки эффективности сформированного имиджа организации или личности.
13. Роль визуальных коммуникаций в проектировании целостного имиджевого образа.
14. Этические аспекты и ограничения применения имиджевых технологий в медиасфере.
15. Трансформация технологий имиджмейкинга под влиянием развития цифровых медиа.

#### **7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)**

Контроль и отчётность по дисциплине осуществляется в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки знаний и умений студентов. Аттестация студентов осуществляется также в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе АГУ. Если промежуточная аттестация проводится в форме экзамена, то расчет общей оценки учебных достижений студента в семестре осуществляется так: текущая аттестация – 40 баллов, экзамен – 50 баллов, бонусы – 10 баллов (отсутствие пропусков занятий и лекций). Если промежуточная аттестация проводится в форме зачета, то расчет общей оценки учебных достижений студента в семестре осуществляется так: текущая аттестация – 90 баллов, бонусы – 10 баллов (отсутствие пропусков занятий и лекций).

В течение всего учебного года студентам нужно активно работать на практических занятиях, выполнять все задания, включая задания для самостоятельной работы, выполнять рейтинговые контрольные работы. Студент считается аттестованным по дисциплине при условии выполнения всех предусмотренных учебной программой видов текущего контроля.

**Таблица 10. Технологическая карта рейтинговых баллов по дисциплине (модулю)**

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий / баллы	Максимальное количество баллов (пример)	Срок представления
Основной блок				

1.	Устные ответы	9/5	45	По расписанию
2.	Практические задания	9/5	45	По расписанию
Всего			90	

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий / баллы	Максимальное количество баллов (пример)	Срок представления
<b>Блок бонусов</b>				
1.	Посещение занятий		5	По расписанию
2.	Своевременное выполнение всех заданий		5	По расписанию
Всего			10	

**Таблица 11. Система штрафов (для одного занятия)**

Показатель	Балл
Опоздание на занятие	-1
Нарушение учебной дисциплины	-1
Неготовность к занятию	-1
Пропуск занятия без уважительной причины	-1

**Таблица 12. Шкала перевода рейтинговых баллов в итоговую оценку за семестр по дисциплине (модулю)**

Сумма баллов	Оценка по 4-балльной шкале
90–100	5 (отлично)
85–89	4 (хорошо)
75–84	
70–74	
65–69	3 (удовлетворительно)
60–64	
Ниже 60	2 (неудовлетворительно)

При реализации дисциплины (модуля) в зависимости от уровня подготовленности обучающихся могут быть использованы иные формы, методы контроля и оценочные средства, исходя из конкретной ситуации

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

### **8.1. Основная литература**

1. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд [Электронный ресурс]: Учеб. пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2014. – (Серия «Учебник нового поколения»). – <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707175.html>

2. Управление репутацией [Электронный ресурс]: учебно-методич. комплекс / Л.С. Сальникова – М.: МГИМО, 2012. – <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785922808576.html>

3. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика : учеб. пособие для вузов. — 12-е изд., перераб. и доп. — М. : Дело, 2022. — 543 с. — ISBN 978-5-7749-1623-8.

4. Соломатина Е.Б. Digital PR: Стратегии продвижения в социальных медиа : монография. — СПб. : Питер, 2021. — 320 с. : ил. — (Серия «Маркетинг и реклама»). — ISBN 978-5-4461-1345-6.

5. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, PR, брендинг : учебник. — 2-е изд. — М. : Дашков и К°, 2020. — 488 с. — ISBN 978-5-394-03687-2.

6. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент : пер. с англ. — 16-е изд. — СПб. : Питер, 2023. — 800 с. : табл. — (Серия «Классика MBA»). — ISBN 978-5-4461-1702-7.

7. Зверинцев А.Б. Коммуникационный менеджмент PR: учеб. пособие. — 5-е изд. — М. : Юрайт, 2021. — 427 с. — (Серия «Бакалавр и магистр. Академический курс»). — ISBN 978-5-534-10244-9.

## **8.2. Дополнительная литература**

1. Мирошниченко А.А., Бизнес-коммуникации. Мастерство делового общения. Практическое руководство. - М.: Книжный мир, 2008. – 384 с. – ISBN 978-5-8041-0307-2- Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785804103072.html>.

2. Беспалова Ю.М., Деловая этика, профессиональная культура и этикет [Электронный ресурс] / Беспалова Ю.М. – М.: ФЛИНТА, 2016. – 386 с. – ISBN 978-5-9765-2778-2 – Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976527782.html>.

## **8.3. Интернет-ресурсы, необходимые для освоения дисциплины (модуля)**

1. Многопрофильный образовательный ресурс «Консультант студента» – [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)

## **9. МАТЕРИАЛЬНО–ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Для обеспечения данной дисциплины необходимы:

- оборудованные аудитории (специальная мебель и оргсредства);
- технические средства обучения;
- интерактивная доска;
- компьютеры (ОС Windows 7, 10);
- учебно-наглядные пособия: схемы, таблицы анализа.

## **10. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

Рабочая программа дисциплины (модуля) при необходимости может быть адаптирована для обучения (в том числе с применением дистанционных образовательных технологий) лиц с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов. Для этого требуется заявление обучающихся, являющихся лицами с ограниченными возможностями здоровья, инвалидами, или их законных представителей и рекомендации психолого-медико-педагогической комиссии. Для инвалидов содержание рабочей программы дисциплины (модуля) может определяться также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).

Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление учебной информации в визуальной форме (тексты заданий, напечатанные увеличенным шрифтом), на аудиторных занятиях допускается присутствие ассистента, а также сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков. Текущий контроль успеваемости осуществляется в письменной форме:

обучающийся письменно отвечает на вопросы, письменно выполняет практические задания. Доклад (реферат) также может быть представлен в письменной форме, при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т. д.). Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости время подготовки к ответу может быть увеличено.

Для лиц с нарушением зрения допускается аудиальное предоставление информации, а также использование на аудиторных занятиях звукозаписывающих устройств (диктофонов и т. д.). Допускается присутствие на занятиях ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь. Текущий контроль успеваемости осуществляется в устной форме. При проведении промежуточной аттестации для лиц с нарушением зрения тестирование может быть заменено на устное собеседование по вопросам.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, на аудиторных занятиях, а также при проведении процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации могут быть предоставлены необходимые технические средства (персональный компьютер, ноутбук или другой гаджет); допускается присутствие ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь (занять рабочее место, передвигаться по аудитории, прочитать задание, оформить ответ, общаться с преподавателем).