

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

_____ О.М. Коробкова

«04» апреля 2024 г.

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой педагогических
практик и сервисных индустрий
_____ А.С. Джангазиева

«04» апреля 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Имиджелогия в сфере туризма»

Составитель

**Палаткина Г.В., профессор, д.п.н., профессор
кафедры ППСИ;**

Согласовано с работодателями:

**Глызина Л.Т., генеральный директор ООО
«Центр путешествий Колумб» (Франчайзинг
Pegas Touristic);**

**Обручев А.В., директор ООО «Санаторно-
оздоровительный лагерь круглогодичного
действия «Астраханские зори»;
43.04.02 Туризм**

Направление подготовки /
специальность

Направленность (профиль) /
специализация ОПОП

Квалификация (степень)

Форма обучения

Год приёма

Курс

Семестр

**Организация управления туристскими
дестинациями
магистр**

заочная

2024

1 (по заочной форме)

2 (по заочной форме)

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Целями освоения дисциплины «Имиджелогия в сфере туризма» является научное обоснование и формирование у магистрантов понимания причин генезиса и развития науки имиджелогии в различных аспектах проявления, общих представлений о сущности профессионального имиджа, его теоретической и практической значимости и роли для достижения организационных целей, реализации личных целей и целей профессиональной карьеры, принципах и способах создания привлекательного профессионального имиджа, управления им для более успешного осуществления профессиональной деятельности.

1.2. Задачи освоения дисциплины:

- формирование системы знаний по курсу;
- формирование представления об имиджеологии;
- развитие компетенций, предполагающих овладение способами создания и управления профессиональным имиджем, а также овладение навыками применения привлекательного профессионального имиджа;
- совершенствование навыков самоконтроля, самоорганизации, саморегуляции;
- формирование и совершенствование умения качественно анализировать и оценивать свои профессиональные действия, использование специфики имиджелогии как науки и искусства нравиться людям для успешного построения моделей профессионального имиджа в профессии, бизнесе и личной жизни.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Учебная дисциплина «Имиджелогия в сфере туризма» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений и осваивается в 2 семестре.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы следующие знания, умения, навыки, формируемые предшествующими учебными дисциплинами (модулями):

– *Управление качеством услуг в туризме*

Знания: основных понятий и категорий, относящихся к деловому общению и коммуникации, основы управления персоналом.

Умения: коммуникационный менеджмент, этика деловых отношений.

Навыки: готовность применять полученные знания на практике и в профессиональной деятельности.

2.3. Последующие учебные дисциплины и практики, для которых необходимы знания, умения, навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

– *Туристский маркетинг;*

– *Производственная практика.*

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

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

а) универсальной (УК):

УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.

б) профессиональной (ПК):

ПК-2. Способен разработать и обосновать перспективные проекты для развития туристских дестинаций.

Таблица 1. Декомпозиция результатов обучения

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
		Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
УК-6	УК-6.1. Понимает важность планирования перспективных целей деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда в отношении себя и нижестоящих сотрудников	Способы планирования перспективных целей собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.	Планировать перспективные цели собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.	Навыками планирования перспективных целей собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.
	УК-6.2. Реализует намеченные цели деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда; демонстрирует	Способы реализации намеченных целей деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.	Реализовывать намеченные цели деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.	Приемами и способами реализации намеченных целей деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
		Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
	интерес к самообразованию и использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков			
	УК-6.3 Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата	Критерии и показатели оценивания эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата.	Оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата.	Навыками оценивания эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата.
ПК-2	ПК-2.1. Способен сформулировать цели, задачи и основные характеристики перспективных проектов для развития туристских дестинаций	Теоретические географические основы и закономерности размещения туристских ресурсов.	Применять географические знания для объективной характеристики отдельных элементов природной среды, имеющих значение для туристической отрасли.	Навыками ориентирования по картам физическим, социально-экономическим и политическим.
	ПК-2.2. Обладает навыками по формированию и развитию команды перспективных проектов для развития туристских дестинаций	Структуру основных туристских направлений и значение каждого из них.	Прокладывать туристские маршруты по географическим картам.	Навыками эффективного общения с потребителями туристского продукта.

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
		Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
	ПК-2.3. Способен дать качественную и количественную оценку эффективности и результативности перспективных проектов для развития туристских дестинаций	Стратегии продвижения туристских направлений; географию крупных туристских центров России и специфику их туристской инфраструктуры.	Анализировать турпотоки с точки зрения их востребованности и конкурентоспособности.	Навыками аргументированного предложения и характеристики того или иного туристского направления.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины в соответствии с учебным планом составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

Трудоемкость отдельных видов учебной работы студентов очной, очно-заочной и заочной форм обучения приведена в таблице 2.1.

Таблица 2.1. Трудоемкость отдельных видов учебной работы по формам обучения

Вид учебной и внеучебной работы	для заочной формы обучения
Объем дисциплины в зачетных единицах	3
Объем дисциплины в академических часах	108
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего), в том числе (час.):	4
- занятия лекционного типа, в том числе:	-
- практическая подготовка (если предусмотрена)	-
- занятия семинарского типа (семинары, практические, лабораторные), в том числе:	4
- практическая подготовка (если предусмотрена)	-
- в ходе подготовки и защиты курсовой работы	-
- консультация (предэкзаменационная)	-
- промежуточная аттестация по дисциплине	-
Самостоятельная работа обучающихся (час.)	104
Форма промежуточной аттестации обучающегося (зачет/экзамен), семестр (ы)	зачет – 2 семестр

Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий и самостоятельной работы, для каждой формы обучения представлено в таблице 2.2.

Таблица 2.2. Структура и содержание дисциплины

Раздел, тема дисциплины	Контактная работа, час.							СР, час.	Итого часов	Форма текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации
	Л	в т.ч. ПП	ПЗ	в т.ч. ПП	ЛР	в т.ч. ПП	КР / КП			
Тема 1. Имиджелогия в комплексе наук			1					26	27	Устный опрос
Тема 2. Сущность, атрибуты и функции имиджа			1					26	27	Устный опрос, Реферат
Тема 3. Типы имиджа			1					26	27	Устный опрос
Тема 4. Технологии имиджирования			1					26	27	Устный опрос
Консультации										
Контроль промежуточной аттестации										Зачёт
ИТОГО за семестр:			4					104	108	

Таблица 3. Матрица соотнесения разделов, тем учебной дисциплины и формируемых компетенций

Раздел, тема дисциплины	Кол-во часов	Код компетенции		Общее количество компетенций
		УК-2	ПК-6	
Тема 1. Имиджелогия в комплексе наук	27	+	+	2
Тема 2. Сущность, атрибуты и функции имиджа	27	+	+	2
Тема 3. Типы имиджа	27	+	+	2
Тема 4. Технологии имиджирования	27	+	+	2
Итого	108			

Краткое содержание каждой темы дисциплины**Тема 1. Имиджелогия в комплексе наук**

Имиджелогия как наука. История становления и развития имиджелогии. Взаимосвязь имиджелогии с другими науками. Имиджелогия как практическая деятельность. Роль имиджелогии в современном массовом обществе.

Тема 2. Сущность, атрибуты и функции имиджа

Имидж как внешнее проявление объекта. Имидж как манипулирование. Имидж как мнение аудитории об объекте/личности. Имидж как упрощенный образ, похожий на стереотип. Имидж как дополнительные ценности. Функции имиджа.

Тема 3. Типы имиджа

Вербальный и невербальный имидж. Имидж среды обитания Габитарный имидж. Многосложный имидж. Понятие и сущность корпоративного имиджа. Компоненты корпоративного имиджа. Технологии формирования корпоративного имиджа. Особенности внутреннего имиджа организации. Формирование внешнего имиджа организации. Значение самопрезентации в создании притягательного имиджа. Психолого-педагогические проблемы создания имиджа.

Тема 4. Технологии имиджирования

Технология имиджирования по В.М. Шепелю. Разнообразие технологий имиджирования. Технологии целеполагания и этического соотнесения. Технологии активной самореализации и личного увековечения. Технологии индивидуальной работы с персоналом.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРЕПОДАВАНИЮ И ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Указания для преподавателей по организации и проведению учебных занятий по дисциплине

Организационно-методической базой проведения семинарских занятий является учебный план специальности. На основе него объем часов аудиторных занятий, отведенный для каждой учебной дисциплины и междисциплинарного курса, делится на часы лекционных, практических, лабораторных и других занятий соответствующими кафедрами, с указанием форм контроля текущей и итоговой аттестации обучаемых.

Преподаватель, назначенный для чтения лекций, обязан до начала учебного процесса подготовить учебно-методические материалы, необходимые для проведения лекционных и семинарских занятий. К ним относятся: рабочая программа учебной дисциплины или междисциплинарного курса; методические материалы для проведения семинарских (практических и др.) занятий.

Разработанный комплект учебно-методических материалов предоставляется в бумажном и электронном виде, обсуждается и утверждается на заседании кафедры перед началом учебного года.

Преподаватель обязан проводить занятия в строгом соответствии с годовым учебным графиком и утвержденным на его основе расписанием лекций.

При разработке методики семинарских занятий важное место занимает вопрос о взаимосвязи между семинаром и лекцией, семинаром и самостоятельной работой студентов, о характере и способах такой взаимосвязи. Семинар не должен повторять лекцию, и, вместе с тем, его руководителю необходимо сохранить связь принципиальных положений лекции с содержанием семинарского занятия.

Обязательным в начале лекционного, семинарского занятия проводится 5 минут контроль знаний, обязательным является проведение проектной работы в команде.

Преподаватель, проводящий лекционные и семинарские занятия, обязан вести учет посещаемости студентов – по журналам групп. В случае неявки студентов на лекцию преподаватель обязан незамедлительно информировать учебный отдел.

В ходе освоения дисциплины лабораторные занятия не предусмотрены.

В процессе практических (семинарских) занятий, наряду с формированием умений и навыков, обобщаются, систематизируются, конкретизируются теоретические знания, вырабатывается способность использовать теоретические знания на практике, развиваются интеллектуальные умения.

На практических (семинарских) занятиях по дисциплине применяются следующие формы работы:

- 1) Фронтальная – все студенты выполняют одну и ту же работу;
- 2) Групповая – одна и та же работа выполняется группами из 2-5 человек;
- 3) Индивидуальная – каждый студент выполняет индивидуальное задание.

Структура практических занятий по дисциплине в основном одинакова: вступление преподавателя, работа студентов по заданиям преподавателя, которая требует дополнительных разъяснений, собственно практическая часть, включающая разбор конкретных ситуаций, решение ситуационных задач, тренировочные упражнения и т.д.

В структуре практического занятия традиционно выделяют следующие этапы: организационный этап, контроль исходного уровня знаний (обсуждение вопросов, возникших у студентов при подготовке к занятию; исходный контроль (тесты, опрос, проверка письменных домашних заданий и т.д.), коррекция знаний студентов), обучающий этап (педагогический рассказ, инструкции по выполнению заданий), самостоятельная работа студентов на занятии, контроль конечного уровня усвоения знаний, заключительный этап.

5.2. Указания для обучающихся по освоению дисциплины

Студент заранее готовится к занятию. Подготовка к занятию включает в себя:

- внимательное чтение материала предыдущего занятия;
- знакомство с темой предстоящей лекции (согласно плану занятий или информации лектора);
- знакомство с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- определите возможные вопросы, которые у вас предварительно возникли и которые вы планируете задать лектору на лекции.

Конспект необходимо структурировать согласно плану лекции, делать отметки, выделять термины, и трудные для понимания положения.

Подготовка к опросу на семинаре включает в себя:

- внимательное изучение материала лекций, относящихся к данному семинарскому занятию, внимательное чтение учебного материала и дополнительной литературы;
- знакомство с терминологией;
- подготовка развернутых ответов на контрольные вопросы по семинарским занятиям;
- определить трудные для понимания положения и подготовить по ним вопросы.

Готовиться к семинарскому занятию можно индивидуально, или в составе команды.

Подготовка к опросу (практическим занятиям) предполагает внимательное изучение материала лекций, относящихся к данному семинарскому занятию, учебного материала по учебнику и учебным пособиям. Необходимо выписать основные термины, подготовить развернутый ответ на контрольные вопросы по семинарским занятиям, определите спорные и сложные для понимания проблемы.

Подготовка к зачету. К зачету необходимо готовится целенаправленно и систематически, с первых дней обучения дисциплины. Необходимо в самом начале учебного курса ознакомиться с программой дисциплины, перечнем знаний, умений и навыков, которыми студент должен владеть, тематическими планами лекций, семинарских занятий, контрольными заданиями, учебником, учебно-методическими пособиями, электронными ресурсами и списком вопросов к зачету. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях и семинарских занятиях позволяет успешное освоение дисциплины и создание достаточной базы для сдачи зачету.

Таблица 4. Содержание самостоятельной работы обучающихся

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Кол-во часов	Форма работы
Тема 1. Имиджелогия в комплексе наук	26	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины;

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Кол-во часов	Форма работы
		подготовка к устному опросу
Тема 2. Сущность, атрибуты и функции имиджа	26	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины; подготовка к устному опросу
Тема 3. Типы имиджа	26	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины; подготовка к устному опросу
Тема 4. Технологии имиджирования	26	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины; подготовка к устному опросу

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

Для выполнения всех видов письменных работ по психолого-педагогической диагностике на занятиях и дома обучающимся рекомендуется иметь две общие тетради в клетку. Все письменные домашние задания выполняются по учебникам, указанным в перечне основной и дополнительной литературы для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.

Требования к творческим заданиям

Творческое задание/проект предполагает проверку знаний по изученной теме. Творческое задание/проект позволяет совершенствовать умения студентов анализировать научную литературу; укрепляет научные основы социально-педагогических исследований; развивает способность студентов к профессиональной рефлексии, актуализирует стремление к личностному и профессиональному росту.

Для подготовки к творческому заданию/проекту внимательно изучите материал лекции, конспект семинара, дополнительную литературу, выучите термины из Словаря по данной теме.

В ходе проведения творческой работы Вам необходимо дать развернутое письменное собственное мнение по заданной проблематике, объемом не более 2 страниц.

Творческое задание/проект должна быть выполнена в редакторе Microsoft Word. Необходимо выполнение следующих параметров: отступы справа, слева, сверху, снизу – 2 см., шрифт – TimesNewRoman, 12.

Требования к составлению реферата

Реферирование, или составление реферата – это краткое изложение содержания теоретического материала. Реферат должен быть написан научным языком. Структура реферата: название реферата; основная идея или суть, основные аспекты теории или концепции, вывод. Средний объем реферата – от 500 до 2500 печатных знаков.

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В ходе освоения дисциплины применяются следующие образовательные технологии, развивающие у обучающихся навыки командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений и лидерские качества: ролевые игры, моделирование ситуаций общения, преподавание дисциплины в форме курсов, технология peereducation/равный обучает равного; кейс-стади (case-study), педагогические игровые упражнения (в качестве коллективного задания), ситуационные методы. Возможно применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

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, собеседования в режиме чат, форума, чата, выполнения виртуальных практических и/или лабораторных работ и др.

6.1. Образовательные технологии

Обучение по дисциплине предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (лекции и практические занятия) и самостоятельной работы студентов.

Интерактивная лекция. Предполагает метод визуализации, показ презентаций, использование обратной связи, реакции аудитории на проблемно поставленные вопросы, наводящие вопросы, экспресс-тестирование, мини опрос.

Интерактивный семинар. Предполагает использование классических форм опроса, которые сочетаются с вопросом к преподавателю по проблеме, которая вызывает затруднение в понимании.

Образовательные технологии семинара: групповые дискуссии, метод «равный обучает равного», работу в командах, разработка командных проектов, диспут, решение кейсов, игровые методики, мозговой штурм.

Таблица 5. Образовательные технологии, используемые при реализации учебных занятий

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Форма учебного занятия		
	Лекция	Практическое занятие, семинар	Лабораторная работа
Тема 1. Имиджелогия в комплексе наук	Не предусмотрено	Фронтальный опрос, выполнение практических заданий, тематические дискуссии	Не предусмотрено
Тема 2. Сущность, атрибуты и функции имиджа	Не предусмотрено	Тематические дискуссии, анализ конкретных ситуаций, реферат	Не предусмотрено
Тема 3. Типы имиджа	Не предусмотрено	Опрос, выполнение практических заданий, тематические дискуссии	Не предусмотрено
Тема 4. Технологии имиджирования	Не предусмотрено	Опрос, выполнение	Не предусмотрено

		практических заданий, тематические дискуссии	
--	--	--	--

6.2. Информационные технологии

Информационные технологии, используемые при реализации различных видов учебной и внеучебной работы:

- использование возможностей интернета в учебном процессе (использование сайта преподавателя (рассылка заданий, предоставление выполненных работ, ответы на вопросы, ознакомление обучающихся с оценками и т. д.));
- использование электронных учебников и различных сайтов (например, электронных библиотек, журналов и т. д.) как источников информации;
- использование возможностей электронной почты преподавателя;
- использование средств представления учебной информации (электронных учебных пособий и практикумов, применение новых технологий для проведения очных (традиционных) лекций и семинаров с использованием презентаций и т. д.);
- использование интегрированных образовательных сред, где главной составляющей являются не только применяемые технологии, но и содержательная часть, т. е. информационные ресурсы (доступ к мировым информационным ресурсам, на базе которых строится учебный процесс);
- использование виртуальной обучающей среды (LMS Moodle «Электронное образование») или иных информационных систем, сервисов и мессенджеров.

6.3. Программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

6.3.1. Программное обеспечение

Наименование программного обеспечения	Назначение
Adobe Reader	Программа для просмотра электронных документов
Платформа дистанционного обучения LMS Moodle	Виртуальная обучающая среда
Mozilla FireFox	Браузер
Microsoft Office 2013, Microsoft Office Project 2013, Microsoft Office Visio 2013	Пакет офисных программ
7-zip	Архиватор
Microsoft Windows 10 Professional	Операционная система
Kaspersky Endpoint Security	Средство антивирусной защиты
Google Chrome	Браузер
Notepad++	Текстовый редактор
OpenOffice	Пакет офисных программ
Opera	Браузер
Paint .NET	Растровый графический редактор
VLC Player	Медиапроигрыватель
LibreOffice	Пакет офисных программ

6.3.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Универсальная справочно-информационная полнотекстовая база данных периодических изданий ООО «ИВИС» <http://dlib.eastview.com>

Имя пользователя: AstrGU Пароль: AstrGU

Электронные версии периодических изданий, размещенные на сайте информационных ресурсов www.polpred.com

Электронный каталог Научной библиотеки АГУ на базе MARKSQL НПО «Информ-систем» <https://library.asu.edu.ru/catalog/>

Электронный каталог «Научные журналы АГУ» <https://journal.asu.edu.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>

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Паспорт фонда оценочных средств

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

Таблица 6. Соответствие разделов, тем дисциплины, результатов обучения по дисциплине и оценочных средств

Контролируемый раздел, тема дисциплины	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
Тема 1. Имиджелогия в комплексе наук	УК-2, ПК-6	Устный опрос
Тема 2. Сущность, атрибуты и функции имиджа	УК-2, ПК-6	Устный опрос, Реферат
Тема 3. Типы имиджа	УК-2, ПК-6	Устный опрос
Тема 4. Технологии имиджирования	УК-2, ПК-6	Устный опрос

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

Шкала оценивания	Критерии оценивания
	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, испытывает затруднения и допускает ошибки при выполнении заданий, выполняет задание по подсказке преподавателя, затрудняется в формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	не способен правильно выполнить задания

7.3. Контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения по дисциплине

Тема 1. Имиджелогия в комплексе наук

Вопросы для обсуждения

- 1) Что такое имиджелогия?
- 2) Какова взаимосвязь имиджелогии с другими науками?
- 3) Каковы особенности имиджелогии как практической деятельности?
- 4) Какую роль играет имиджелогия в современном массовом обществе?

Тема 2. Сущность, атрибуты и функции имиджа

Вопросы для обсуждения

- 1) В чем проявляется имидж объекта?
- 2) Как используется имидж в качестве инструмента манипулирования?
- 3) Каковы особенности имиджа как мнения аудитории об объекте?
- 4) Какими свойствами стереотипа обладает имидж?
- 5) Каковы функции имиджа?

Тема 3. Типы имиджа

Вопросы для обсуждения

- 1) Каковы основы корпоративного имиджа?
- 2) Каковы особенности внутреннего имиджа туристской организации?
- 3) Как осуществляется формирование внешнего имиджа туристской организации?
- 4) Какие функции выполняет корпоративный имидж?

Тема 4. Технологии имиджирования

Вопросы для обсуждения

- 1) Что собой представляет технология имиджирования по В.П. Шепелю?
- 2) Какие существуют технологии имиджирования в современной имиджелогии?
- 3) Что собой представляет технологии целеполагания?
- 4) Каковы технологии активной самореализации?
- 5) Каковы особенности технологии индивидуальной работы с персоналом?

Список тем рефератов

1. Понятие, сущность и этапы имиджирования.
2. Аудитория имиджа.
3. Роль фейсбилдинга в процессе формирования гендерного имиджа.
4. Понятие, сущность и структура индивидуального имиджа.
5. Технология формирования индивидуального имиджа.
6. Интерьер офиса и его значение в формировании имиджа организации.
7. Имидж России.
8. Фирменный стиль и имидж компании.
9. Персональный имидж.
10. Реклама и ее влияние на имидж фирмы.
11. Управление имиджем организации.
12. Логотип и имидж фирмы.
13. Понятие, сущность и функции имиджмейкинга.
14. Корпоративная философия и её влияние на имидж организации.
15. Корпоративная культура.
16. Прием как средство формирования внешнего имиджа фирмы.
17. Общие правила отношений со СМИ.
18. Имидж менеджера в сфере туризма.
19. Понятие, сущность и особенности группового имиджа.
20. Механизм формирования имиджа.

Перечень вопросов и заданий, выносимых на зачёт

1. Имиджелогия как научно-прикладная система знаний.
2. Социально-теоретическая и практическая обусловленность возникновения имиджелогии.
3. Основные подходы к определению имиджа, характеристики. Определение понятия.
4. Имидж и мнение – соотношение понятий.
5. Имидж как продукт целенаправленной и нецеленаправленной деятельности.
6. Имиджформирующая информация. Характеристика составляющих ИФИ.
7. Структура прямой имиджформирующей информации.
8. Психологические механизмы восприятия имиджформирующей информации.
9. Способы направления имиджформирующей информации.
10. Сущность, характерные признаки имиджа.
11. Функции имиджа.
12. Типология имиджа.

13. Имидж как система.
14. Цель и задачи формирования имиджа. Определение стратегии.
15. Процесс формирования имиджа, характеристика этапов.
16. Оргтехнологии и психотехнологии формирования имиджа.
17. Основные приемы имиджирования.
18. Роль средств массовой информации и лидеров мнения в формировании имиджа.
19. Имиджмейкинг и формирование имиджа: соотношение понятий.
20. Имиджмейкер как ключевая фигура имиджмейкинга.
21. Имидж политического лидера: сущность, структура, имиджевые характеристики.
22. Основные этапы формирования имиджа политика, их характеристика
23. Технология моделирования имиджа политика. Базовые черты политического лидера.
24. Позиционирование как этап формирования имиджа. Типы позиционирования.
25. Коммуникативные стратегии продвижения имиджа.
26. Перфоманс как элемент имиджирования.
27. Пути оптимизации имиджа политика. Продвижение и корректировка имиджа.
28. Психологические технологии индивидуального имиджа.

Таблица 9. Примеры оценочных средств с ключами правильных ответов

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.				
1.	Задание закрытого типа	Что такое имиджелогия? а) Наука о создании брендов. б) Наука о формировании и управлении имиджем. в) Наука о психологии туристов. г) Наука о маркетинге в туризме.	б	1
2.		Какой из элементов не является частью имиджа туристского объекта? а) Физический образ (архитектура, природа). б) Коммуникационные материалы (сайты, брошюры). в) Цены и скидки. г) Политическая ситуация в стране	г	1
3.	Задание комбинированного типа (с выбором одного варианта ответа и обоснованием выбора)	Какая из основных задач имиджелогии в туризме? а) Увеличить количество туристов. б) Сформировать положительное восприятие туристского объекта.	б Основной задачей имиджелогии в туризме является формирование положительного восприятия туристского объекта	1

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		в) Снизить цены на туристические услуги. г) Обеспечить безопасность туристов.		
4.		Какой из инструментов имиджелогии наиболее эффективен для формирования позитивного имиджа туроператора? а) Наличие широкой сети партнеров. б) Разработка уникального туристического продукта. в) Проведение рекламных кампаний в СМИ. г) Организация пресс-туров для журналистов.	г	1
5.		Как называется метод изучения туристов, который позволяет получить информацию о их мотивации, потребностях и ожиданиях? а) Анкетирование. б) Наблюдение. в) Фокус-группы. г) Все вышеперечисленные методы.	г	1
6.	Задание открытого типа	Что такое имидж в туризме и почему он важен?	Имидж в туризме - это общее представление о туристическом объекте, стране или регионе, которое формируется у потенциальных туристов. Он играет важную роль в привлечении туристов, формировании их предпочтений и повышении конкурентоспособности туристического направления.	5-7

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
7.		Какие элементы составляют имидж туристического направления?	Имидж туристического направления складывается из множества элементов, таких как: природные достопримечательности, культурные объекты, история, традиции, кухня, уровень сервиса, инфраструктура, безопасность, климат, стоимость путешествия и многое другое.	5-7
8.		Как имидж туристического направления влияет на выбор туриста?	Имидж оказывает сильное влияние на выбор туриста. Туристы выбирают те направления, которые имеют положительный имидж, который соответствует их интересам, потребностям и бюджету.	5-7
9.		Каковы основные типы имиджа в туризме?	Основные типы имиджа в туризме: Реальный имидж: реальное положение дел на туристическом направлении. Воспринимаемый имидж: представление о туристическом направлении, сформированное у туристов. Желаемый имидж: имидж, который туристическое направление стремится создать.	5-7
10.		Как можно управлять имиджем туристического направления?	Управление имиджем туристического направления включает в себя: Анализ существующего имиджа: оценка реального и воспринимаемого	5-7

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			имиджа. Разработка стратегии имиджа: определение желаемого имиджа и путей его достижения. Проведение маркетинговых мероприятий: реклама, продвижение, PR, организация событий. Мониторинг и оценка эффективности: отслеживание изменений в восприятии туристического направления.	
ПК-2. Способен разработать и обосновать перспективные проекты для развития туристских дестинаций.				
1.	Задание закрытого типа	Какой из элементов НЕ является частью имиджа туристского региона? а) Культурные традиции и фестивали. б) Уровень безопасности и инфраструктура. в) Наличие достопримечательностей. г) Политическая стабильность в регионе.	г	1
2.	Задание комбинированного типа (с выбором одного варианта ответа и обоснованием выбора)	Что такое «позиционирование» в имиджологии? а) Размещение информации о туристическом объекте на картах. б) Создание уникального предложения, отличающего объект от конкурентов. с) Разработка рекламных материалов для привлечения туристов. д) Проведение промо-акций.	б Позиционирование в имиджологии - это выставление (выпячивание) в объекте тех характеристик, в которых наиболее заинтересован потребитель	1
3.		Какое из утверждений о формировании имиджа туристского объекта НЕ верно?	в	1

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		а) Имидж должен быть правдивым и соответствовать реальности. б) Имидж должен быть привлекательным для целевой аудитории. в) Имидж должен быть неизменным во времени. г) Имидж должен быть конкурентоспособным.		
4.		Какой из факторов НЕ влияет на имидж страны в глазах туристов? а) Экономическое развитие. б) Качество жизни населения. в) Политическая ситуация. г) Погода и климат.	г	1
5.		Какая из основных целей имиджелогии в туризме? а) Максимизация прибыли туристического бизнеса. б) Обеспечение конкурентоспособности туристических объектов. в) Создание положительного имиджа, привлекающего туристов. г) Развитие туристической инфраструктуры.	в	1
6.	Задание открытого типа	Как социальные сети влияют на формирование имиджа туристического направления?	Социальные сети играют важную роль в формировании имиджа туристического направления. Туристы делятся впечатлениями, публикуют фотографии, оставляют отзывы, что создает реальную картину туристического направления.	5-7
7.		Какие риски связаны с формированием имиджа	Риски связаны с возможностью создания	5-7

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		туристического направления?	негативного имиджа, несоответствием реального и воспринимаемого имиджа, сложностью управления имиджем в условиях глобализации и цифровизации.	
8.		Как можно использовать имиджологию для решения проблем в туризме?	Имиджология позволяет: Сформировать позитивный имидж для привлечения туристов. Снизить негативное влияние кризисных ситуаций на туризм. Развивать туристическую инфраструктуру с учетом потребностей туристов.	5-7
9.		Приведите пример успешного использования имиджологии в туризме.	Ответ: Например, Дубай активно использует имиджологию для создания роскошного и экзотического имиджа, что привлекает туристов со всего мира.	5-7
10.		Что нужно учитывать при создании имиджа туристического направления?	При создании имиджа туристического направления необходимо учитывать: Целевая аудитория: кто является основным потребителем туристических услуг. Конкуренция: какие другие направления предлагают похожие услуги. Реальные возможности: соответствие имиджа реальным возможностям туристического направления. Долгосрочная	5-7

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			стратегия: создание устойчивого имиджа, который будет привлекать туристов в течение долгого времени.	

Полный комплект оценочных материалов по дисциплине (фонд оценочных средств) хранится в электронном виде на кафедре, утверждающей рабочую программу дисциплины.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине

Аттестация студентов осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе АГУ. Текущая аттестация – 90 баллов, бонусы – 10 баллов. Студент считается аттестованным по дисциплине при условии выполнения всех предусмотренных учебной программой видов текущего контроля.

Таблица 10. Технологическая карта рейтинговых баллов по дисциплине

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий / баллы	Максимальное количество баллов	Срок представления
Основной блок				
1.	Ответ на занятии	4/5	20	Указан в Moodle
2.	Выполнение практического задания	4/5	20	Указан в Moodle
3.	Реферат	50	50	Указан в Moodle
Всего			90	-
Блок бонусов				
4.	Посещение занятий	4/1,25	5	По расписанию
5.	Своевременное выполнение всех заданий	4/1,25	5	Указан в Moodle
Всего			10	-
ИТОГО			100	-

Таблица 11. Система штрафов (для одного занятия)

Показатель	Балл
Опоздание на занятие	-1
Нарушение учебной дисциплины	-2
Неготовность к занятию	-5
Пропуск занятия без уважительной причины	-5
Показатель	Балл

Таблица 12. Шкала перевода рейтинговых баллов в итоговую оценку за семестр по дисциплине

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

При реализации дисциплины 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

8.1. Основная литература

1. Бороздина Г.В. Психология делового общения [Электронный ресурс] : учеб. Пособие для вузов по направлениям подгот. 38.03.01 "Экономика", 38.03.02 "Менеджмент", 38.03.03 "Упр.персоналом" (квалификация (степень) "бакалавр") / Г. В. Бороздина. - 2-е изд. – Документ Bookread2. - М. : ИНФРА-М, 2017. - 294 с. : ил. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=762215>.

2. Деловое общение [Электронный ресурс] : учеб. пособие [для вузов] / авт.-сост. И. Н. Кузнецов. - 7-е изд., пересм. - Документ Bookread2. - М. : Дашков и К, 2018. - 524 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=411372>.

3. Шарков Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Ф. И. Шарков. - 3-е изд. - Документ Bookread2. - М. : Дашков и К [и др.], 2017. - 271 с. : ил. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=327924>

8.2. Дополнительная литература

1. Горчакова В.Г. Имиджелогия. Теория и практика [Текст] : учеб. пособие для студентов вузов / В. Г. Горчакова. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2014. - 319 с. : ил.

2. Учебно-методическое пособие по дисциплине "Имиджелогия" [Электронный ресурс] : для студентов направления 43.03.02 "Туризм" / Поволж. гос. ун-т сервиса (ФГБОУ ВО "ПВГУС"), Каф. "Туризм и гостинич. дело" ; сост. М. С. Ельчанинов. - Документ Adobe Acrobat. - Тольятти : ПВГУС, 2016. - 464 КБ, 44 с. - Режим доступа: <http://elib.tolgaz.ru>.

8.3. Интернет-ресурсы, необходимые для освоения дисциплины

1. Электронно-библиотечная система BOOK.ru - <https://book.ru>
2. Образовательная платформа ЮРАЙТ - <https://urait.ru/>

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В качестве материально-технического обеспечения дисциплины могут быть использованы технические и электронные средства обучения и контроля знаний обучающихся (оборудование, демонстрационные приборы, мультимедийные средства, презентации, фрагменты фильмов, комплекты плакатов, наглядных пособий, контролирующих программ и демонстрационных установок, тренажёры, карты), применение которых предусмотрено методической концепцией преподавания, а также перечень аудиторий без указания на их

номера (компьютерные классы, академические или специально оборудованные аудитории и лаборатории, наличие доски и т. д.).

10. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Рабочая программа дисциплины 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. При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья учитываются их индивидуальные психофизические особенности. Обучение инвалидов осуществляется также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).

Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление учебной информации в визуальной форме (краткий конспект лекций; 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).