

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА»

Утверждаю:

Декан факультета истории и  
международных отношений

\_\_\_\_\_  
(наименование института / факультета)



\_\_\_\_\_  
(подпись)

О.И. Амурская

\_\_\_\_\_  
(И.О. Фамилия)

«30» августа 2019 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**ОСНОВЫ СОЗДАНИЯ ОБРАЗА**

Уровень основной профессиональной образовательной программы:  
бакалавриат

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки: Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: очная

Сроки освоения ОПОП: 4 года

Факультет (институт) истории и международных отношений

Кафедра рекламы и социокультурных коммуникаций

Рязань, 2019

## **ВВОДНАЯ ЧАСТЬ**

### **1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Целями освоения дисциплины «Основы создания образа» являются знакомство с основами имиджологии, созданием образа, спецификой образа в различных сферах деятельности, формирование навыков в создании образа в разных сферах общества, формирование профессиональных компетенций.

### **МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОПОП ВУЗА**

2.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.07.02 Основы создания образа относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1.

2.2. Для изучения данной дисциплины (модуля) необходимы следующие предшествующие дисциплины:

Введение в коммуникационные специальности (с элементами тайм-менеджмента)

Теория и практика рекламы

Теория и практика связей с общественностью

2.3. Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной:

Технологии социального брендинга

Реклама в шоу-бизнесе

Выставочное дело

2.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы  
Изучение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся профессиональных (ПКВ) компетенций:

№ п/п	Код и содержание компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:		
			Знать	Уметь	Владеть (навыками)
1	2	3	4	5	6
1.	ПКВ-2 Способен создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивает внутреннюю и внешнюю коммуникацию	ПКВ-2.1. Осуществляет подбор рекламных и PR-методов для построения внутреннего и внешнего имиджа компании;	основы науки о построении имиджа для решения профессиональных задач	осуществлять выбор форм и методов имиджологии для построения образа	культурой мышления, способностями к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения в соответствии со сформированными представлениями об имидже
		ПКВ-2.2. Осуществляет коммуникационный процесс и связи, подбор правил и условий создания технологий взаимодействия и взаимоотношений внутри организации и с внешними партнерами;	специфику коммуникационного процесса конкретной среды	находить пути решения различных коммуникационных задач, возникающих в момент взаимодействия интересов различных социальных групп при анализе образа	основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, ее использования при создании идеального образа
		ПКВ-2.3. Использует пути решений различных коммуникационных задач, возникающих в процессе взаимодействия интересов различных целевых аудиторий, элементы рекламы и связей с общественностью с учетом разных культур.	алгоритм и технологию формирования имиджа с учетом специфики различных целевых аудиторий, основы межкультурной коммуникации	анализировать и выявлять положительные и отрицательные черты в известных и сформированных имиджах	навыками формирования имиджевых стратегий имиджа с учетом специфики различных целевых аудиторий

## ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

### 1. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры								
		№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5	№ 6	№ 7	№ 8	
		часов	часов	часов	часов	часов	часов	часов	часов	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)	52	-	-	-	-	52	-	-	-	-
В том числе:										
Лекции (Л)	16					16				
Практические занятия (ПЗ), Семинары (С)	18					18				
Лабораторные работы (ЛР)	18	-	-	-	-	18	-	-	-	-
Иные учебные занятия (индивидуальные занятия, групповые занятия и др.)										
2. Самостоятельная работа студента (всего)	56					56				
В том числе	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>СРС в семестре:</i>										
Курсовая работа										
Другие виды СРС:	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Подготовка к собеседованию	14					14				
Подготовка практического задания	12					12				
Подготовка докладов к семинарам	14					14				
Подготовка к зачету	16					16				
<i>СРС в период сессии</i>										
Вид промежуточной аттестации	зачет (З), экзамен (Э)	зачет				зачет				
ИТОГО: общая трудоемкость	часов зач. ед.	108 3				108 3				

### 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

#### 2.1. Содержание разделов дисциплины (модуля)

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Содержание раздела в дидактических единицах

1	2	3	4
5	1	Раздел I. Построение образа – имиджа как научно-практическая дисциплина	Актуальность построения имиджа. Предметная область имиджелогии. Направления развития имиджелогии в отечественной науке. Направления деятельности имиджмейкера. Понятия «имидж» и «образ». Классификация имиджей. Функции имиджа. Имидж и социальная роль личности. Имидж как результат самопрезентации личности – стратегия и тактика самопредъявления.
5	2	Раздел II. Понятие об образе-имидже в разных контекстах	Имиджевые характеристики организации. Признаки и структура корпоративного имиджа. Слагаемые имиджа организации. Имидж товара. Бренд-имидж. Средства и способы формирования внешнего имиджа организации. Имиджевая рекламная кампания. Имиджевая общественная деятельность. Внутренний имидж организации Имидж делового человека. Говорящие характеристики одежды (цвет, стиль, линии и силуэт одежды). Запреты, требования и рекомендации в деловой одежде мужчины/женщины. Создание делового образа с помощью макияжа. Имидж телевизионных ведущих. Аудиовизуальные характеристики. Латентная часть телеобраза. Популярность и авторитетность ведущего. Идеальный ведущий и идеальный диктор.
5	3	Раздел III. Построение индивидуального образа	Персональный имидж. Самоанализ имиджа. Мода как атрибут имиджа. Символические признаки одежды. Стили одежды. Типы женских и мужских фигур. Корректировка имиджа при помощи одежды. Головные уборы, прически, аксессуары как средство создания мужского/женского имиджа. Речь как средство создания имиджа личности. Факторы, определяющие индивидуальные особенности речи.

## 2.2. Перечень лабораторных работ, примерная тематика курсовых работ. Не предусмотрены учебным планом

### 3. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТА

Самостоятельная работа осуществляется в объеме 56 часов.

Видами СРС являются:

- подготовка к зачету.

Формами текущего контроля успеваемости являются:

- подготовка к собеседованию;

- подготовка практического задания;
- подготовка доклада и презентации для семинарского занятия.

#### 4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (см. Фонд оценочных средств)

4.1. Рейтинговая система оценки знаний обучающихся по дисциплине  
Рейтинговая система для дисциплины не используется

### 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### 5.1. Основная литература

№ п/п	Автор(ы), наименование, место издания и издательство, год
1.	Андреева, С.В. Имиджелогия: конспект лекций [Электронный ресурс]/ С.В. Андреева; Министерство культуры Российской Федерации, Кемеровский государственный институт культуры, Институт социально-культурных технологий, Кафедра социально-культурной деятельности. - Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2017. - 72 с. - Режим доступа: URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=487647">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=487647</a> (дата обращения: 14.03.2019).
2.	Горчакова, В.Г. Имиджелогия: теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие / В.Г. Горчакова. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 335 с. - Режим доступа: URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=115022">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=115022</a> (дата обращения: 14.03. 2019).
3.	Матвеев, А.Е. Роль PR-акций в формировании имиджа [Электронный ресурс]/ А.Е. Матвеев - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 127 с. - Режим доступа: URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=142361">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=142361</a> (дата обращения: 14.03. 2019).

#### 5.2. Дополнительная литература

№ п/п	Автор(ы), наименование, место издания и издательство, год
1.	Гуревич, П.С. Психология рекламы [Электронный ресурс]: учебник / П.С. Гуревич. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 271 с. - Режим доступа: URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=118129">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=118129</a> (дата обращения: 14.03.2020).

2.	Имиджелогия [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие / Министерство спорта Российской Федерации, Сибирский государственный университет физической культуры и спорта; авт.-сост. М.В. Елкина. - Омск: Издательство СибГУФК, 2013. - 156 с. - Режим доступа: URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=336073">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=336073</a> (дата обращения: 14.03. 2019).
3.	Матвеев, К.С. Речевой имидж как средство создания благоприятного образа политика [Электронный ресурс] / К.С. Матвеев - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 95 с. - Режим доступа: URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=89584">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=89584</a> (дата обращения: 14.03. 2019).
4.	Пендикова, И.Г. Архетип и символ в рекламе [Электронный ресурс]: учебное пособие / И.Г. Пендикова, Л.С. Ракитина; ред. Л.М. Дмитриевой. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 303 с. - Режим доступа: URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114725">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114725</a> (дата обращения: 14.03. 2019).

### **5.3 Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы**

1. ВООК.ru [Электронный ресурс]: электронная библиотека. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: <http://www.book.ru> (дата обращения: 14.03. 2019).
2. East View [Электронный ресурс]: [база данных]. – Доступ к полным текстам статей научных журналов из сети РГУ имени С. А. Есенина. – Режим доступа: <https://dlib.eastview.com> (дата обращения: 14.03. 2019).
3. Znanium.com [Электронный ресурс]: электронная библиотека. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: <http://znanium.com> (дата обращения: 14.03. 2019).
4. Труды преподавателей [Электронный ресурс]: коллекция // Электронная библиотека Научной библиотеки РГУ имени С. А. Есенина. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: <http://dspace.rsu.edu.ru/xmlui/handle/123456789/3> (дата обращения: 14.03. 2019).
5. Университетская библиотека ONLINE [Электронный ресурс] : электронная библиотека. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=main\\_ub\\_red](http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red) (дата обращения: 14.03. 2019).
6. Электронная библиотека диссертаций [Электронный ресурс] : официальный сайт / Рос. гос. б-ка. – Москва: Рос. гос. б-ка, 2003 - . – Доступ

к полным текстам из комплексного читального зала НБ РГУ имени С. А. Есенина. – Режим доступа: <http://diss.rsl.ru> (дата обращения: 14.03. 2019).

#### **5.4 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины**

1. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: научная электронная библиотека. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>, свободный (дата обращения: 14.03. 2019).
2. Киберленинка [Электронный ресурс]: научная электронная библиотека. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/>, свободный (дата обращения: 14.03. 2019).
3. СПС «Консультант-плюс» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>, свободный (дата обращения: 14.03. 2019).
4. Актуально о моде и стиле [Электронный ресурс]. – Режим доступа : URL: <http://privately.ru/>(Дата обращения: 14.03. 2019).
5. Статьи по имиджелогии [Электронный ресурс]. – Режим доступа : URL: <http://www.mia-donna.ru/statyi-po-teme/imidgelogija/>(Дата обращения: 14.03. 2019).
6. Советник Популярный сайт о PR. [Электронный ресурс] - Режим доступа: [www.sovetnik.ru/](http://www.sovetnik.ru/), свободный (дата обращения: 14.03. 2019).

#### **5.5 Периодические издания**

1. Журнал Реклама. Теория и практика - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://grebennikon.ru/journal-8.html#volume2019-4/>, свободный (дата обращения: 14.03. 2019).
2. Журнал Корпоративная имиджелогия - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.ci-journal.ru/>, свободный (дата обращения: 14.03. 2019).



## 6 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Требования к аудиториям (помещениям, местам) для проведения занятий: лекционные аудитории, оснащенные видеопроекционным оборудованием, средствами звуковоспроизведения и экраном, оборудованные учебной мебелью; библиотека, имеющая учебные места для студентов, оснащенные компьютерной техникой с доступом к базам данных и сети Интернет; компьютерный класс, мультимедийный курс лекций.

6.2. Требования к оборудованию рабочих мест преподавателя и обучающихся: Видеопроектор, ноутбук, переносной экран. В компьютерном классе должны быть установлены средства MS Office: Word, Excel, PowerPoint и др.

6.3. Требования к специализированному оборудованию: отсутствуют.

## 7.МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Уделить внимание следующим понятиям (перечисление понятий) и др.
Практические занятия	Проработка рабочей программы дисциплины, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом (указать текст из источника и др.), прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, решение расчетно-графических заданий, решений задач по алгоритму и др.
Контрольная работа/индивидуальные задания	Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.
Подготовка к зачету	При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др.

8. ТРЕБОВАНИЯ К ПРОГРАММНОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА (указывается при наличии):

Набор ПО в компьютерных классах	
Название ПО	№ лицензии
Операционная система Windows Pro	договор №Tr000043844 от 22.09.15г
Антивирус Kaspersky Endpoint Security	договор №14/03/2018-0142 от 30/03/2018г
Офисное приложение LibreOffice	свободно распространяемое ПО
Архиватор 7-zip	свободно распространяемое ПО
Браузер изображений FastStoneImageViewer	свободно распространяемое ПО
PDF ридер FoxitReader	свободно распространяемое ПО

9. Иные сведения