

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



О.И. Амурская

«31» августа 2020 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): Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: заочная

Сроки освоения ОПОП: 4 года 6 месяцев

Факультет истории и международных отношений

Кафедра рекламы и социокультурных коммуникаций

Рязань 2020

ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

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

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВУЗА

2.1. Дисциплина «Основы создания образа» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1.

2.2. Для изучения данной дисциплины 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, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Изучение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся профессиональных (ПК) 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.	ПК-7 Способен создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивает внутреннюю и внешнюю коммуникацию	ПК-7.1. 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 имиджелогии 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
		ПК-7.2 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
		ПК-7.3.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 И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры									
		№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5	№ 6	№ 7	№ 8	№ 9	
		часов	часов	часов	часов	часов	часов	часов	часов	часов	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)	12	-	-	-	-	-	-	-	12	-	-
В том числе:											
Лекции (Л)	4							4			
Практические занятия (ПЗ), Семинары (С)	4							4			
Лабораторные работы (ЛР)	4	-	-	-	-	-	-	4	-	-	
Иные учебные занятия (индивидуальные занятия, групповые занятия и др.)											
2. Самостоятельная работа студента (всего)	92							92			
В том числе	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
<i>СРС в семестре:</i>											
Курсовая работа											
Другие виды СРС:	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Подготовка к собеседованию	24							24			
Подготовка практического задания	22							22			
Подготовка докладов к семинарам	24							24			
Подготовка к зачету	22							22			
<i>СРС в период сессии</i>											
Вид промежуточной аттестации	зачет	Зачет 4						зачет 4			
ИТОГО: общая трудоемкость	108 3 зач. ед.	108 3						108 3			

Дисциплина частично реализуется с применением дистанционных образовательных технологий: вебинарная платформа Zoom; система электронного обучения Moodle.

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Содержание разделов дисциплины

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела в дидактических единицах
1	2	3	4
7	1	Раздел I. Построение образа – имиджа как научно-практическая дисциплина	Актуальность построения имиджа. Предметная область имиджологии. Направления развития имиджологии 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.
7	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.
7	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 92 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

(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: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=487647 (дата обращения: 14.03.2020).
2.	Горчакова, В.Г. Имиджелогия: теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие / В.Г. Горчакова. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 335 с. - Режим доступа: URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115022 (дата обращения: 14.03. 2020).
3.	Матвеев, А.Е. Роль PR-акций в формировании имиджа [Электронный ресурс]/ А.Е. Матвеев - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 127 с. - Режим доступа: URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142361 (дата обращения: 14.03. 2020).

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: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118129 (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: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=336073 (дата обращения: 14.03. 2020).
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: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=89584 (дата обращения: 14.03. 2020).
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: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114725 (дата обращения: 14.03. 2020).

5.3 Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. BOOK.ru [Электронный ресурс]: электронная библиотека. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: <http://www.book.ru> (дата обращения: 14.03. 2020).

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. 2020).

3. Znanium.com [Электронный ресурс]: электронная библиотека. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: <http://znanium.com> (дата обращения: 14.03. 2020).

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. 2020).

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 (дата обращения: 14.03. 2020).

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. 2020).

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. 2020).

2. Киберленинка [Электронный ресурс]: научная электронная библиотека. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/>, свободный (дата обращения: 14.03. 2020).

3. СПС «Консультант-плюс» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>, свободный (дата обращения: 14.03. 2020).

4. Актуально о моде и стиле [Электронный ресурс]. – Режим доступа : URL: <http://privately.ru/>(Дата обращения: 14.03. 2020).

5. Статьи по имиджелогии [Электронный ресурс]. – Режим доступа : URL: <http://www.mia-donna.ru/statyi-po-teme/imidgelogija/>(Дата обращения: 14.03. 2020).

6. Советник Популярный сайт о PR. [Электронный ресурс] - Режим доступа: www.sovetnik.ru/, свободный (дата обращения: 14.03. 2020).

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. 2020).

2. Журнал Корпоративная имиджелогия - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.ci-journal.ru/>, свободный (дата обращения: 14.03. 2020).

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; пометить 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

Стандартный набор ПО (в компьютерных классах):

Название ПО	№ лицензии
Операционная система WindowsPro	Договор №65/2019 от 02.10.2019
Антивирус Kaspersky Endpoint Security	Договор № 14-ЗК-2020 от 06.07.2020г.
Офисное приложение Libre Office	Свободно распространяемое ПО
Архиватор 7-zip	Свободно распространяемое ПО
Браузер изображений Fast Stone ImageViewer	Свободно распространяемое ПО
PDF ридер Foxit Reader	Свободно распространяемое ПО
Медиа проигрыватель VLC mediaplayer	Свободно распространяемое ПО
Запись дисков Image Burn	Свободно распространяемое ПО
DJVU браузер DjVuBrowser Plug-in	Свободно распространяемое ПО

При реализации дисциплины с применением (частичным применением) дистанционных образовательных технологий используются:
вебинарная платформа Zoom (договор б/н от 10.10.2020г.);
набор веб-сервисов MS office365 (бесплатное ПО для учебных заведений <https://www.microsoft.com/ru-ru/education/products/office>);
система электронного обучения Moodle (свободно распространяемое ПО).

9. Иные сведения

**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



О.И. Амурская

«31» августа 2020 г.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Основы создания образа»**

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)
Реклама и связи с общественностью

Квалификация
бакалавр

Форма обучения
заочная

Рязань 2020

1. Цель освоения дисциплины «Основы создания образа» - знакомство с основами создания образа: историей имиджа, его современным трактованием, типологией, инструментарием, спецификой в различных сферах деятельности, формами реализации; а также в формировании профессиональных компетенций, подготовка бакалавров по рекламе и связям с общественностью, компетентных, конкурентноспособных, эффективно использующих и непрерывно совершенствующих, полученные навыки и знания, с учетом потребностей и перспектив развития бизнеса, организации и проведения рекламных и PR-кампаний и контроль их эффективности.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к части Блока 1, формируемой участниками образовательных отношений.

Дисциплина изучается на 3 курсе (5 семестр).

3. Трудоемкость дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 академических часа.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы и индикаторами достижения компетенций:

ПК-7.1. *Знать:* специфику внутреннего и внешнего имиджа иностранной компании. *Уметь:* проводить сравнительный анализ зарубежных и отечественных имиджей, выявлять сильные и слабые стороны. *Владеть навыками:* навыками анализа национальных стереотипов и путей их возникновения.

ПК-7.2. *Знать:* виды и уровни межкультурной коммуникации, особенности взаимодействия культур и субкультур. *Уметь* анализировать роль межкультурных коммуникаций в условиях глобализации; выявлять элементы собственной культурной идентичности; анализировать культурные стереотипы и пути их возникновения. *Владеть навыками:* принимать коммуникативное решение на основе выявления культурной специфики и ее параметров.

ПК-7.3 *Знать:* основы международной деятельности специалиста по рекламе и PR, принцип решения управленческих задач, в основе которого заложен принцип согласования межкультурных интересов. *Уметь:* согласовывать мероприятия PR и рекламы с деятельностью различных этнических групп. *Владеть навыками:* поиском действенных моделей компромисса, необходимых для принятия стратегических решений в условиях межкультурных кризисных ситуаций.

5. Форма промежуточной аттестации и семестр (ы) прохождения
Зачет (5 семестр).

Дисциплина реализуется частично с применением дистанционных образовательных технологий.