


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

Утверждаю:
Декан
физико-математического
факультета
 Н.Б. Федорова
«31» августа 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ИМИДЖЕЛОГИЯ

Уровень основной профессиональной образовательной программы: бакалавриат

Направление подготовки: 43.03.01 Сервис

Направленность (профиль) подготовки: Сервис в индустрии моды и красоты

Форма обучения: очная

Сроки освоения ОПОП: 4 года (нормативный)

Факультет: физико-математический

Кафедра: рекламы и социокультурных коммуникаций

Рязань, 2020 г

ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения учебной дисциплины «Имиджология» являются знакомство с основами имиджологии: историей имиджа, его современным трактованием, типологией, инструментарием, спецификой в различных сферах деятельности, формами реализации; а также в формировании общекультурных и профессиональных компетенций.

2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВУЗА

2.1. Учебная дисциплина Б1.В.ДВ.2.1 Имиджология вариативной части Блока 1 (Дисциплины по выбору)

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы следующие предшествующие дисциплины:

- «Иностранный язык»;

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

1. Профессиональная этика и этикет.
2. Продвижение модных брендов.

2.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общекультурных (ОК) (общепрофессиональных- ОПК) и профессиональных (ПК) компетенций:

№ п/п	Номер/индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
			Знать	Уметь	Владеть (навыками)
1	2	3	4	5	6
1.	ОК-4	Способностью работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Основы профессиональной этики, коммуникационный процесс и связи, технологию взаимопознания, конструктивных взаимоотношений и взаимодействий	Находить общий язык с разной аудиторией, обрабатывать информацию, ставить цели и соответствующие задачи.	навыками построения публичных выступлений с использованием электронных средств
2.	ОК-5	Способностью к самоорганизации и самообразованию	Основы становления и развития имиджологии, основы науки о построении имиджа для решения профессиональных задач, основы делового общения	Анализировать информацию, осуществлять выбор форм и методов имиджологии для построения образа в рекламе, применять правила делового этикета	культурой мышления, способностями к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения в соответствии со сформированными представлениями об имидже
3.	ПК-8	Способностью к диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями	потребности личности в моде и модных изделиях, основные тенденции в моде, подходы к разным целевым аудиториям	Находить общий язык с разной аудиторией, учитывать индивидуальные потребности личности в модной одежде, вносить необходимые коррективы	навыками анализа модных тенденций

2.5 Карта компетенций дисциплины

КАРТА КОМПЕТЕНЦИЙ ДИСЦИПЛИНЫ					
НАИМЕНОВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ Имиджология					
Цель дисциплины	знакомство с основами имиджологии: историей имиджа, его современным трактованием, типологией, инструментарием, спецификой в различных сферах деятельности, формами реализации; а также в формировании общекультурных и профессиональных компетенций.				
В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие					
Общекультурные компетенции:					
КОМПЕТЕНЦИИ		Перечень компонентов	Технологии формирования	Форма оценочного средства	Уровни освоения компетенции
ИНДЕКС	ФОРМУЛИРОВКА				
ОК-4	Способностью работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	<p>ЗНАТЬ: Основы профессиональной этики, коммуникационный процесс и связи, технологию взаимопознания, конструктивных взаимоотношений и взаимодействий</p> <p>УМЕТЬ: Находить общий язык с разной аудиторией, обрабатывать информацию, ставить цели и соответствующие задачи</p> <p>ВЛАДЕТЬ: навыками построения публичных выступлений с использованием электронных средств</p>	Путем проведения лекционных, семинарских занятий, применения новых образовательных технологий, организации самостоятельной работы студентов.	<p>Собеседование</p> <p>Реферат</p> <p>Эссе</p> <p>Защита презентаций</p> <p>Зачет</p>	<p>Пороговый иметь представление об имидже</p> <p>Повышенный анализировать понимание процесса изучаемой проблемы</p>
ОК-5	Способностью к самоорганизации и самообразованию	<p>ЗНАТЬ: Основы становления и развития имиджологии, основы науки о построении имиджа для решения профессиональных задач, основы делового общения</p> <p>УМЕТЬ: Анализировать информацию, осуществлять выбор форм и методов имиджологии для построения образа в рекламе, применять правила делового</p>	Путем проведения лекционных, семинарских занятий, применения новых образовательных технологий, организации самостоятельной работы студентов.	<p>Собеседование</p> <p>Реферат</p> <p>Эссе</p> <p>Защита презентаций</p> <p>Зачет</p>	<p>Пороговый иметь общие представления об имиджевой структуре</p> <p>Повышенный систематизировать способы обобщения, анализа, восприятия информации об имидже</p>

		этикета ВЛАДЕТЬ: культурой мышления, способностями к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения в соответствии со сформированными представлениями об имидже			
--	--	--	--	--	--

Профессиональные компетенции:

КОМПЕТЕНЦИИ		Перечень компонентов	Технологии формирования	Форма оценочного средства	Уровни освоения компетенции
ПК-8	Способностью к диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями	ЗНАТЬ: потребности личности в моде и модных изделиях, основные тенденции в моде, подходы к разным целевым аудиториям УМЕТЬ: Находить общий язык с разной аудиторией, учитывать индивидуальные потребности личности в модной одежде, вносить необходимые коррективы ВЛАДЕТЬ: навыками анализа модных тенденций	Путем проведения лекционных, семинарских занятий, применения новых образовательных технологий, организации самостоятельной работы студентов.	Собеседование Реферат Эссе Защита презентаций Зачет	Пороговый анализировать причины модных тенденций Повышенный учитывать индивидуальные потребности личности в модной одежде

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

1. ОБЪЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр № 6
		часов
1	2	3
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)	36	36
В том числе:		
Лекции (Л)	18	18
Практические занятия (ПЗ), Семинары (С)	18	18
Лабораторные работы (ЛР)	-	-
2. Самостоятельная работа студента (всего)	36	36
В том числе		
<i>СРС в семестре:</i>	36	36
Курсовая работа	-	-
Другие виды СРС:		
Работа со справочными материалами	9	9
Изучение и конспектирование литературы	9	9
Работа со специализированными сайтами	7	7
Подготовка докладов, сообщений, презентаций	5	5
Подготовка к эссе	2	2
Подготовка к устному собеседованию	4	4
<i>СРС в период сессии</i>		
Вид промежуточной аттестации	3	3
	экзамен (Э)	
ИТОГО: Общая трудоемкость	72	72
	зач. ед.	2
		2

Дисциплина реализуется частично с применением дистанционных образовательных технологий ЭИОС университета (Moodle), Zoom, MS Teams и других.

2. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Содержание разделов учебной дисциплины

семестра	раздела №	№	Наименование раздела учебной дисциплины	Содержание раздела в дидактических единицах
6	1	1	Раздел I. Имиджология как научно-практическая дисциплина	<p>Имиджология как научно-практическая, инновационно-технологическая дисциплина. Анализ определений имиджологии как науки и практики. Цели и задачи имиджологии. Теоретическая и прикладная имиджология. Имидж как предмет имиджологии. Связь имиджологии с другими науками.</p> <p>Позиционирование: трансформация, утрировка, перевод. Манипулирование. Мифологизация. Формат, вербализация и детализация. Архаизация. Дистанцирование и визуализация. Введение моделей восприятия и введение знаков.</p> <p>Имиджмейкинг как профессиональная деятельность по созданию имиджа с заданными свойствами. Преобразование имиджа для достижения поставленных целей. Структура и функции имиджмейкинга. Имиджмейкер как профессия. Комплексный характер и основные направления деятельности имиджмейкера. Функции имиджмейкера. Личные и профессиональные качества имиджмейкера.</p>
6	2	2	Раздел II. Понятие об имидже в разных контекстах	<p>Имидж бизнеса. Непрямые методы воздействия. Сферы создания имиджа в бизнесе. Умения специалиста по имиджу. Имидж организации. Цели имиджмейкера, работающего над созданием имиджа организации: доверие, репутация, солидность. Имидж политических партий. Соответствие партии структуре общества. Имидж в избирательных кампаниях. Ключевые положения в избирательной компании по созданию имиджа. Три задачи в рамках избирательной компании по построению имиджа.</p> <p>Имиджи советских вождей. Имиджевые характеристики. Десять существенных признаков организации имиджа советского вождя. Имидж мужчины-политика. Дополнительные составляющие имиджа. Имидж женщины-политика. Характеристики для создания имиджа женщины-политика. Понятие образа врага. Символизация врагов. Анализ негативных и позитивных сторон использования образа врага. Механизмы формирования образа врага на примере советско-американской холодной войны. Компромат как основной инструмент формирования негативного имиджа.</p>
6	3	3	Раздел III. По-	Имидж и реклама. Цели рекламы – информа-

	строение имиджа	<p>тивная, увещательная, напоминающая. Свойства имиджа. Товарная марка – индивидуальная, коллективная, фирменная. Брендинг. Примеры имиджевых рекламных кампаний. Создание положительного имиджа в рекламе. Стадии в создании рекламного имиджа. Приемы создания рекламного образа.</p> <p>Анализ рынка рязанских компаний. Выявление положительных и отрицательных характеристик уже сформированного имиджа компании, предложения вариантов по улучшению имиджа.</p> <p>Работа над имиджем. Выявление установок бессознательного. Определение личностного потенциала. Описание общества, а затем и общественной группы. Ревизия ресурсов – психологических, социальных, материальных. Формулировка предписаний по отдельным составляющим персоны. Приближение имиджа.</p>
--	-----------------	--

2.2. Разделы учебной дисциплины, виды учебной деятельности и формы контроля

семестра	раздела №	Наименование раздела учебной дисциплины	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу студентов (в часах)					Формы текущего контроля успеваемости и (по неделям семестра)
			Л	ЛР	ПЗ	СРС	всего	
6	1	Раздел I. Имиджелогия как научно-практическая дисциплина						
		Имиджелогия как наука и практическая деятельность	2		2	4	8	
		Инструментарий имиджелогии	2		2	5	9	3 неделя Собеседование
		Имиджмейкинг и имиджмейкер	2		2	5	9	
		Раздел дисциплины № 1	6		6	14	26	
6	2	Раздел II. Понятие об имидже в разных контекстах						
		Имидж в разных контекстах	2		2	4	10	8 неделя Защита презентаций
		Персональная имиджелогия	2		2	4	10	

		Профессиональный портрет специалиста по имиджу.	-	2	2	4	12 неделя Защита презентаций
		Раздел дисциплины № 2	4	6	10	20	
6	3	Раздел III. Построение имиджа					
		Имидж в рекламе и PR-деятельности. Механизмы и приемы создания	2	2	3	7	14 неделя Эссе
		Имидж региональных компаний	2	2	4	13	16 неделя Защита презентаций
		Пути построения имиджа	4	2	5	13	18 неделя Реферат
		Раздел дисциплины № 3	8	6	12	26	
		ИТОГО за семестр	18	18	36	72	
		ИТОГО					Зачет

2.3. Лабораторный практикум не предусмотрен

2.4. Курсовые работы не предусмотрены

3. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТА

3.1. Виды СРС

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела учебной дисциплины	Виды СРС	Всего часов
6	1	Раздел I. Имиджология как научно-практическая дисциплина	Подготовка к устному собеседованию	4
			Работа со справочными материалами	3
			Изучение и конспектирование литературы	4
			Работа со специализированными сайтами	3
6	2	Раздел II. Понятие об имидже в разных контекстах	Работа со справочными материалами	3
			Изучение и конспектирование литературы	2
			Работа со специализированными сайтами	2
			Подготовка докладов, сообщений, презентаций	3
6	3	Раздел III. Построение имиджа	Работа со справочными материалами	3
			Изучение и конспектирование литературы	3
			Работа со специализированными сайтами	2
			Подготовка докладов, сообщений, презентаций	2
ИТОГО в семестре				36

3.2. График работы студента

Семестр № 6

Форма оценочного средства	Условное обозначе- ние	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	
		Собеседование	Сб			+														
Защита презентаций	ЗП								+				+					+		
Реферат	Реф																			+
Эссе	Э														+					

3.3. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Имиджелогия как наука и практическая деятельность.

На основе информации из лекционного материала и собственных знаний разработать аргументацию к доказательству, что имиджелогия это наука.

2-3. Инструментарий имиджелогии.

На основе курса «Основы рекламы» и «Имиджелогия» (лекция № 2) подобрать примеры, иллюстрирующие активные методы имиджелогии.

4. Имиджмейкинг и имиджмейкер.

Используя информацию из Интернета и библиотек города Рязани, найти материалы о знаменитых имиджмейкерах современности, методах их работы и наиболее успешных проектах.

5. Понятие имиджа.

Законспектировать информацию о различных понятиях и проявлениях имиджа в виде тезисов по материалом собранного материала.

б. Имидж в разных контекстах. Персональная имиджелогия.

Подготовить доклады по предложенным темам на основе различных источников, интервью в СМИ.

7. Имидж в рекламной деятельности.

Подготовка к тренингу по предложенным вопросам. Нахождение примеров для раскрытия приемов создания рекламных образов.

8. Политический имидж.

Реферирование литературы по темам «Пути построения политического имиджа», «Технологии создания имиджа политических лидеров в России» на примере конкретных политических лидеров России и США XX века.

9. Имидж как историко-культурный феномен.

Подготовка к семинару дискуссии по предложенным вопросам. Найти примеры к разграничению таких понятий как имидж и художественный образ.

10. Имидж региональных компаний.

Работа над итоговым творческим заданием в малых группах. Сбор и анализ материала по имиджу региональных компаний. По результатам работы публичная защита группового проекта.

Рекомендации к самостоятельной работе студентов.

Самостоятельная работа студентов по курсу «Имиджелогия» играет важную роль в теоретическом и практическом освоении навыков по созданию имиджа. Она предполагает:

1. работу с разнообразными источниками информации;
2. подготовка к тренингам и дискуссиям;
3. работа индивидуально и в малых группах над проектами;
4. написание докладов по обсуждаемым на лекциях и практических занятиях темам;
5. сбор различного рода информации;
6. работа в библиотеках и сайтах Интернета;
7. подготовка выступлений с использованием компьютерных программ;
8. создание презентаций;
9. практический выход на рынок рязанских компаний по изучению и корректировке имиджа.

3.3.1. Темы рефератов

1. Культура одежды. Мода и индивидуальность. Индивидуализация одежды.
2. Цветопроприятие. Советы модельера. Аксессуары.
3. Гигиеническая и декоративная косметика. Стиль и композиция макияжа.
4. Кинесика как учебная дисциплина. Тайна красоты человеческого тела.
5. Типы лица, формы лица. Физиогномика - искусство чтения лица.
6. Мимика - язык эмоций и чувств. Чудодейственная сила взгляда и улыбки.
7. Комплексный характер и основные направления деятельности имиджмейкера.
8. Личные и профессиональные качества имиджмейкера.
9. Сферы создания имиджа в бизнесе.
10. Имидж организации.
11. Имидж политических партий.
12. Имидж в избирательных кампаниях.
13. Имиджи вождей: существенные признаки в организации имиджа вождя.
14. Имидж мужчины-политика.
15. Дополнительные составляющие имиджа.
16. Имидж женщины-политика.
17. Анализ негативных и позитивных сторон использования образа врага.
18. Механизмы формирования образа врага.
19. Компромат как основной инструмент формирования негативного имиджа.
20. Товарная марка и брендинг.
21. Примеры имиджевых рекламных кампаний.
22. Создание положительного имиджа в рекламе.
23. Приемы создания рекламного образа.
24. Анализ рынка рязанских компаний.
25. Выявление установок бессознательного

4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (с.м. Фонд оценочных средств)

4.1. Рейтинговая система оценки знаний обучающихся по дисциплине

Рейтинговая система не используется.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Основная литература

№ п/п	Автор (ы), наименование, место издания и издательство, год	Используется при изучении разделов	Семестр	Количество экземпляров	
				В библиотеке	На кафедре
1	2	3	4	5	6
1	Горчакова, В.Г. Имиджелогия: теория и практика : учебное пособие / В.Г. Горчакова. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 335 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115022 (дата обращения: 26.08.2020).	1-3	6	ЭБС	
2	Ковальчук, А.С. Основы имиджелогии и делового общения [Текст] : учебное пособие для студентов вузов. - 4-е изд., перераб. и доп. - Ростов-на/Д : Феникс, 2006. - 256 с.	1-3	6	10+5	-

5.2. Дополнительная литература

№ п/п	Автор (ы), наименование, место издания и издательство, год	Используется при изучении разделов	Семестр	Количество экземпляров	
				В библиотеке	На кафедре
1	2	3	4	5	6
1.	Алехина, И. Имидж и этикет в бизнесе [Текст] / И. Алехина. - М. : Дело, 2005. - 112 с.	1-3	6	15+1	-
2.	Карпова, С.В. Брендинг [Электронный ресурс] : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С.В. Карпова, И.К. Захаренко. — 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 439 с. – Режим доступа: https://www.biblionline.ru/viewer/B17812C5-330C-	1-3	6	ЭБС	-

	46D5-8080-1365528DED64#page/1 (дата обращения: 26.08.2020).				
3.	Коханенко, А.И. Имидж рекламных персонажей [Текст] / А.И. Коханенко. - М.-Ростов-на/Д : МарТ, 2004. - 144 с.	1-3	6	15	-
4.	Лысикова, О.В., Лысикова, Н.П. Имиджелогия и паблик рилейшнз в социокультурной сфере [Текст] /О.В. Лысикова, Н.П. Лысикова. М.: Флинта: МПСИ, 2006.- 168 с.	1-3	6	20	-
5.	Политическая имиджелогия [Текст] : учебное пособие / под ред. А.А. Деркача, Е.Б. Перельгиной [и др.]. - М. : Аспект Пресс, 2006. - 400 с.	1-3	6	24	-
6.	Рожков, И. Я., Кисмерешкин, В. Г. Бренды и имиджи [Текст] / И.Я. Рожков, В.Г. Кисмерешкин. М.: РИП-холдинг, 2006. – 256 с.	1-3	6	20	-
7.	Шепель, В.М. Имиджелогия. Секреты личного обаяния [Текст] / В.М.Шепель. - Ростов-на/Д : Феникс, 2005. - 472 с. [есть и др. изд.]	1-3	6	7+1	-

5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

1. 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: 26.08.2020).
2. Юрайт [Электронный ресурс] : электронная библиотека. - Доступ к полным текстам по паролю. - Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru> (дата обращения: 08.07.2020).

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

1. Imageology.ru Отрасли имиджелогии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://imageology.ru/content/view/21/1/>, свободный (дата обращения: 26.07.2020).

2. Большой энциклопедический словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vedu.ru/bigencdic/> , свободный (дата обращения: 26.08.2020).
3. Корпоративная имиджелогия [Электронный ресурс] : научно-практический журнал. – Режим доступа: http://www.ci-journal.ru/article/70/200701polit_image , свободный (дата обращения: 26.08.2020).

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Требования к аудиториям (помещениям, местам) для проведения занятий:

- специализированные лекционные аудитории, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения и экраном.

6.2. Требования к оборудованию рабочих мест преподавателя и обучающихся:

- видеопроектор, ноутбук, переносной экран

6.3. Требования к специализированному оборудованию отсутствуют.

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Заполняется только для ФГОС ВПО

8. 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; пометать 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 (<i>имидж, репутация, общественное мнение, образ, имидживые исследования, имидживые технологии</i>) 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, прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, решение расчетно-графических заданий, решений задач по алгоритму и др.
Доклад-презентация	Исследование, интерпретация и демонстрация материала по выбранной проблематике с последующим анализом, дискуссией, оппонированием, и оценкой.
Собеседование	Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам и др.
Подготовка к зачету	При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

- применение средств мультимедиа в образовательном процессе (например, презентации, видео);
- возможность консультирования обучающихся преподавателями в любое время и в любой точке пространства посредством сети Интернет.
- Проверка домашних заданий и консультирование посредством электронной почты.
- Интерактивное общение с помощью ICQ и системы vk.com
- Использование слайд-презентаций при проведении практических занятий.

10. ТРЕБОВАНИЯ К ПРОГРАММНОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

1. Операционная система Windows Pro (договор №65/2019 от 02.10.2019);
2. Антивирус Kaspersky Endpoint Security (договор № 14-ЗК-2020 от 06.07.2020 г.);
3. Офисное приложение LibreOffice (свободно распространяемое ПО);
4. Архиватор 7-zip (свободно распространяемое ПО);
5. Браузер изображений FastStoneImageViewer (свободно распространяемое ПО);
6. PDF ридер FoxitReader (свободно распространяемое ПО);
7. PDF принтер doPdf (свободно распространяемое ПО);
8. Медиа проигрыватель VLC media player (свободно распространяемое ПО);
9. Запись дисков ImageBurn (свободно распространяемое ПО);
10. DJVU браузер DjVu Browser 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)

Приложение 1

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТ-ТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ИМИДЖЕЛОГИЯ

Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине для промежуточного контроля успеваемости

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины (результаты по разделам)	Код контролируемой компетенции) или её части)	Наименование оценочного средства
1.	Имиджология как наука и практическая деятельность	ОК-4, ОК-5	Зачет
2.	Инструментарий имиджологии	ОК-4, ОК-5	Зачет
3.	Имиджмейкинг и имиджмейкер	ОК-4, ОК-5, ПК-8	Зачет
4.	Имидж в разных контекстах	ОК-4, ОК-5, ПК-8	Зачет
5.	Персональная имиджология	ОК-4, ОК-5, ПК-8	Зачет
6.	Профессиональный портрет специалиста по имиджу.	ОК-4, ОК-5, ПК-8	Зачет
7.	Имидж в рекламе и PR-деятельности. Механизмы и приемы создания	ОК-4, ОК-5, ПК-8	Зачет
8.	Имидж региональных компаний	ОК-4, ОК-5, ПК-8	Зачет
9.	Пути построения имиджа	ОК-4, ОК-5, ПК-8	Зачет

ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОБУЧЕНИЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

Индекс компетенции	Содержание компетенции	Элементы компетенции	Индекс элемента
ОК-4	Способностью работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	ЗНАТЬ	
		Основы профессиональной этики,	ОК-4 З1
		коммуникационный процесс и связи,	ОК-4 З2
		технологии взаимопознания, конструктивных взаимоотношений и взаимодействий	ОК-4 З3
		УМЕТЬ	
		Находить общий язык с разной аудиторией,	ОК-4 У1
		обрабатывать информацию,	ОК-4 У2
		ставить цели и соответствующие	ОК-4 У3

			задачи	
			ВЛАДЕТЬ	
			навыками построения публичных выступлений с использованием электронных средств	ОК-4 В1
ОК-5	Способностью самоорганизации самообразованию	к и	ЗНАТЬ	
			Основы становления и развития имиджологии,	ОК-5 З1
			основы науки о построении имиджа для решения профессиональных задач,	ОК-5 З2
			основы делового общения	ОК-5 З3
			УМЕТЬ	
			Анализировать информацию,	ОК-5 У1
			осуществлять выбор форм и методов имиджологии для построения образа в рекламе,	ОК-5 У2
			применять правила делового этикета	ОК-5 У3
			ВЛАДЕТЬ	
			культурой мышления, способностями к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения в соответствии со сформированными представлениями об имидже	ОК-5 В1
ПК-8	Способностью диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими религиозными традициями	к и	ЗНАТЬ	
			потребности личности в моде и модных изделиях,	ПК-8 З1
			основные тенденции в моде,	ПК-8 З2
			подходы к разным целевым аудиториям	ПК-8 З3
			УМЕТЬ	
			Находить общий язык с разной аудиторией,	ПК-8 У1
			учитывать индивидуальные потребности личности в модной одежде,	ПК-8 У2
			вносить необходимые коррективы	ПК-8 У3
			ВЛАДЕТЬ	
			навыками анализа модных тенденций	ПК-8 В1

КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (Зачет)

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины (результаты по разделам)	Код контролируемой компетенции) или её части)
1.	Раскройте предмет, задачи имиджологии.	ОК-4 31, 32, 33; У1, У2, У3; ОК-5 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1
2.	Опишите имидж как историко-культурный феномен.	ОК-4 31, 32, 33; У1, У2, У3; ОК-5 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1
3.	Раскройте понятие об имидже. Составляющие имиджа.	ОК-4 31, 32, 33; У1, У2, У3; ОК-5 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1
4.	Перечислите законы сочетания имиджа.	ОК-4 31, 32, 33; У1, У2, У3; ОК-5 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1
5.	Сравните современные типологии и основные функции имиджа.	ОК-4 31, 32, 33; У1, У2, У3, В1; ОК-5 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1
6.	Опишите имиджмейкинг как систему.	ОК-4 31, 32, 33; У1, У2, У3, В1; ОК-5 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1
7.	Дайте определение «имиджмейкеры». Перечислите задачи.	ОК-4 31, 32, У1, ОК-5 31, У1, В1
8.	Назовите инструментарии имиджологии.	ОК-4 31, 32, У1, ОК-5 31, У1, В1
9.	Опишите имидж в разных контекстах. Имидж бизнеса.	ОК-4 31, 32, 33; У1, У2, У3, В1; ОК-5 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1; ПК-8 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1
10.	Опишите имидж в разных контекстах. Имидж организации.	ОК-4 31, 32, 33; У1, У2, У3, В1; ОК-5 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1; ПК-8 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1
11.	Опишите имидж в разных контекстах. Имидж политических партий	ОК-4 31, 32, 33; У1, У2, У3, В1; ОК-5 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1; ПК-8 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1
12.	Опишите имидж в разных контекстах. Имидж в избирательных компаниях.	ОК-4 31, 32, 33; У1, У2, У3, В1; ОК-5 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1; ПК-8 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1
13.	Назовите имиджи советских вождей.	ОК-4 31, 32, 33; У1, У2, У3, В1; ОК-5 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1
14.	Назовите имиджи российских политиков.	ОК-4 31, 32, 33; У1, У2, У3, В1; ОК-5 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1
15.	Назовите имидж женщины - политика.	ОК-4 31, 32, 33; У1, У2, У3, В1; ОК-5 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1
16.	Назовите имидж мужчины - политика.	ОК-4 31, 32, 33; У1, У2, У3, В1; ОК-5 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1
17.	Перечислите символизацию врагов.	ОК-4 31, 32, 33; У1, У2, У3, В1; ОК-5 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1
18.	Опишите сочетание имиджа	ОК-4 31, 32, 33; У1, У2, У3, В1; ОК-5 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1
19.	Дайте определение товарной марки	ОК-4 31, 32, 33; У1, У2, У3, В1; ОК-5 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1
20.	Дайте определение брендингу.	ОК-4 31, 32, 33; У1, У2, У3, В1; ОК-5 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1
21.	Назовите пути построения политического имиджа.	ОК-4 31, 32, 33; У1, У2, У3, В1; ОК-5 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1
22.	Дайте определение политический имидж.	ОК-4 31, 32, 33; У1, У2, У3, В1; ОК-5 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1
23.	Охарактеризуйте персонал как носитель внут-	ОК-4 31, 32, 33; У1, У2, У3, В1;

	ренного и средство создания внешнего имиджа.	ОК-5 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1; ПК-8 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1
24.	Опишите внутренний и внешний корпоративный имидж.	ОК-4 31, 32, 33; У1, У2, У3, В1; ОК-5 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1; ПК-8 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1
25.	Перечислите средства и методы конструирования корпоративного имиджа.	ОК-4 31, 32, 33; У1, У2, У3, В1; ОК-5 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1; ПК-8 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1
26.	Опишите формирование имиджа высшего учебного заведения.	ОК-4 31, 32, 33; У1, У2, У3, В1; ОК-5 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1; ПК-8 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1
27.	Опишите создание внешнего и внутреннего имиджа организации специалистами по связям с общественностью.	ОК-4 31, 32, 33; У1, У2, У3, В1; ОК-5 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1
28.	Перечислите возможности специалистов по связям с общественностью в создании корпоративного имиджа.	ОК-4 31, 32, 33; У1, У2, У3, В1; ОК-5 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1
29.	Назовите возможности специалистов по рекламе в создании корпоративного имиджа.	ОК-4 31, 32, 33; У1, У2, У3, В1; ОК-5 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1
30.	Охарактеризуйте роль руководителя в создании внешнего и внутреннего корпоративного имиджа.	ОК-4 31, 32, 33; У1, У2, У3, В1; ОК-5 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1; ПК-8 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1

ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

(Шкалы оценивания)

Результаты выполнения обучающимся заданий на зачете оцениваются по шкале «зачтено» - «не зачтено». В основе оценивания лежат критерии порогового и повышенного уровня характеристик компетенций, формируемых на учебных занятиях по дисциплине **Имиджелогия** (Таблица 2.5 рабочей программы дисциплины).

«зачтено» - оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос или выполнении заданий, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.

«не зачтено» - оценка выставляется обучающемуся, который не достигает порогового уровня, демонстрирует непонимание проблемы, не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

«Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина»

Утверждаю:

Декан

физико-математического
факультета



Н.Б. Федорова

«31» августа 2020 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины

Имиджелогия

Направление подготовки

43.03.01 Сервис

Направленность (профиль)

Сервис в индустрии моды и красоты

Квалификация

бакалавр

Форма обучения

очная

Рязань 2020

1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины «Имиджелогия» является: знакомство с основами имиджелогии: историей имиджа, его современным трактованием, типологией, инструментарием, спецификой в различных сферах деятельности, формами реализации; а также в формировании общекультурных и профессиональных компетенций.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к вариативной части Блока 1.

Дисциплина изучается на 3 курсе (6 семестр).

3. Трудоемкость дисциплины:

2 зачетные единицы, 72 академических часа.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

№ п/п	Номер/индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
			Знать	Уметь	Владеть (навыками)
1	2	3	4	5	6
1.	ОК-4	Способностью работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Основы профессиональной этики, коммуникационный процесс и связи, технологию взаимопознания, конструктивных взаимоотношений и взаимодействий	Находить общий язык с разной аудиторией, обрабатывать информацию, ставить цели и соответствующие задачи.	навыками построения публичных выступлений с использованием электронных средств
2.	ОК-5	Способностью к самоорганизации и самообразованию	Основы становления и развития имиджелогии, основы науки о построении имиджа для решения профессиональных задач, основы делового общения	Анализировать информацию, осуществлять выбор форм и методов имиджелогии для построения образа в рекламе, применять правила делового этикета	культурой мышления, способностями к общению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения в соответствии со сформированными представлениями об имидже
3.	ПК-8	Способностью к диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями	потребности личности в моде и модных изделиях, основные тенденции в моде, подходы к разным целевым аудиториям	Находить общий язык с разной аудиторией, учитывать индивидуальные потребности личности в модной одежде, вносить необходимые коррективы	навыками анализа модных тенденций

5. Форма промежуточной аттестации и семестр (ы) прохождения
Зачет (6 семестр).

Дисциплина реализуется частично с применением дистанционных образовательных технологий.