

Аннотация рабочей программы дисциплины «Имиджмейкинг в рекламе и связях с общественностью» для направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) образовательной программы «Реклама и связи с общественностью»

1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель дисциплины: познакомить учащихся с теоретическими основами, с основными механизмами и методами формирования имиджа, а также навыками и умениями их эффективного использования с целью использования их при реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

Задачи дисциплины: 1) познакомить студентов с основными направлениями подходов к проблеме имиджа, функциям, методам и принципам формирования имиджа;

2) определить роль имиджа в современном бизнесе, политике, в повседневной жизни.

3) научиться использовать полученные при реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины и индикаторы их достижения

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ИД-1ПК-1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и/или связям с общественностью и/или при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью
	ИД-2ПК-1 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
	ИД-3ПК-1 Участствует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуре

3. Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Понятия и типы имиджмейкинга. Имиджелогия.

Тема 2. Имидж. Функциональные характеристики имиджа.

Тема 3. Инструментарий имиджелогии.

Тема 4. Формирование имиджа в различных профессиональных средах.

Тема 5. Имидж продукта.

Тема 6. Имидж-тренинг