

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

Цель изучения 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 изучения 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

2.1 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 Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуре

3. Содержание дисциплины

Понятия и типы имиджмейкинга. Имиджелогия. . Имидж. Функциональные характеристики имиджа. Инструментарий имиджелогии. Формирование имиджа в различных профессиональных средах.
. Имидж продукта.. Имидж-тренинг.