

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
"Амурский государственный университет"

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и
научной работе

Лейфа А.В. Лейфа

« 1 » сентября 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
«ИМИДЖМЕЙКИНГ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) образовательной программы – Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника – Бакалавр

Год набора – 2022

Форма обучения – Очная

Курс 3 Семестр 5

Экзамен 5 сем

Общая трудоемкость дисциплины 108.0 (академ. час), 3.00 (з.е)

Составитель А.В. Блохинская, доцент, канд. филол. наук

Филологический факультет

Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики

Рабочая программа составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта ВО для направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 08.06.17 № 512

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры русского языка, коммуникации и журналистики

01.09.2022 г. , протокол № 1

Заведующий кафедрой Иващенко Е.Г. Иващенко

СОГЛАСОВАНО

Учебно-методическое управление

Чалкина Н.А. Чалкина

« 1 » сентября 2022 г.

СОГЛАСОВАНО

Научная библиотека

Петрович О.В. Петрович

« 1 » сентября 2022 г.

СОГЛАСОВАНО

Выпускающая кафедра

Иващенко Е.Г. Иващенко

« 1 » сентября 2022 г.

СОГЛАСОВАНО

Центр цифровой трансформации и
технического обеспечения

Тодосейчук А.А. Тодосейчук

« 1 » сентября 2022 г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

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. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Данная дисциплина относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений. Для изучения дисциплины необходимы знания, формирующиеся у обучающихся при изучении дисциплин «Основы проектной деятельности», «Теория и практика рекламы», «Теория и практика связей с общественностью». Изучение данной дисциплины связано с дисциплиной «Технологии связей с общественностью в избирательной кампании», «Организация работы отделов рекламы и ПР», «Спецсеминар (технологии в рекламе и связях с общественностью)», с практиками: «Производственная практика (профессионально-творческая практика)», «Производственная практика (преддипломная практика)». Сформированность компетенций проверяется в рамках подготовки к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ

3.1 Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименования 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

4. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3.00 зачетных единицы, 108.0 академических часов.

- 2 – Тема (раздел) дисциплины, курсовая работа (проект), промежуточная аттестация
 3 – Семестр
 4 – Виды контактной работы и трудоемкость (в академических часах)
 4.1 – Л (Лекции)
 4.2 – Лекции в виде практической подготовки
 4.3 – ПЗ (Практические занятия)
 4.4 – Практические занятия в виде практической подготовки
 4.5 – ЛР (Лабораторные работы)
 4.6 – Лабораторные работы в виде практической подготовки
 4.7 – ИКР (Иная контактная работа)
 4.8 – КТО (Контроль теоретического обучения)
 4.9 – КЭ (Контроль на экзамене)
 5 – Контроль (в академических часах)
 6 – Самостоятельная работа (в академических часах)
 7 – Формы текущего контроля успеваемости

1	2	3	4									5	6	7
			4.1	4.2	4.3	4.4	4.5	4.6	4.7	4.8	4.9			
1	Понятия и типы имиджмейкинга . Имиджелогия.	5	2		2								5	Упражнения
2	Имидж. Функциональные характеристики имиджа	5	2		2								5	Анализ конкретной ситуации
3	Инструментарий имиджелогии	5	4		4								10	Сообщения
4	Формирование имиджа в различных профессиональных средах.	5	6		2								10	Творческое задание
5	Имидж продукта.	5	4		2								5	Упражнения
6	Имидж-тренинг	5			4								12	Тест Проект
7	Экзамен	5									0.3	26.7		
	Итого			18.0		16.0		0.0	0.0	0.0	0.3	26.7	47.0	

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Лекции

№ п/п	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)
1	Понятия и типы имиджмейкинга. Имиджелогия.	Имиджмейкинг как сфера деятельности, направленная на создание нужного образа. Имиджмейкер как профессионал создающий нужный имидж. Имиджелогия - часть современного человековедения. Объект и предмет имиджелогии. Функции и задачи имиджелогии. Уровни имиджелогии. Связь с другими науками. Имиджформирующая информация.
2	Имидж. Функциональные характеристики имиджа	Основное содержание понятия «имидж». Соотношение понятий имидж, образ.

		Формирование имиджа. Типы имиджа. Ценностные и технологические функции имиджа. Функция идентификации. Функция идеализации. Функция противопоставления. Другие классификации функций имиджа
3	Инструментарий имиджелогии	Позиционирование. Манипулирование. Вербализация. Детализация. Мифологизация. Эмоционализация. Метафоризация. Визуализация. Опрос общественного мнения. Нейролингвистическое программирование.
4	Формирование имиджа в различных профессиональных средах.	Имиджи бизнеса. Имидж в период кризиса. Имиджи шоу-бизнеса. Профессиональный имидж. Политический имидж.
5	Имидж продукта.	Понятие имиджа продукта. Принцип уникального торгового предложения. Составляющие имиджа продукта. Иерархия имиджа продукта. Показатели правильности выбора стратегии имиджа потребления продукта.

5.2. Практические занятия

Наименование темы	Содержание темы
Понятия и типы имиджмейкинга. Имиджелогия.	Имиджмейкинг. Имиджелогия - часть современного человековедения. Имиджформирующая информация.
Имидж. Функциональные характеристики имиджа	Понятия «имидж». Формирование имиджа. Типы имиджа. Ценностные и технологические функции имиджа
Инструментарий имиджелогии	Использование инструментария имиджелогии.
Формирование имиджа в различных профессиональных средах.	Имиджи бизнеса. Имиджи шоу-бизнеса. Профессиональный имидж. Политический имидж.
Имидж продукта.	Понятие имиджа продукта. Принцип уникального торгового предложения. Составляющие имиджа продукта. Иерархия имиджа продукта. Показатели правильности выбора стратегии имиджа потребления продукта.
Имидж-тренинг	Представить разработанный имидж (политика, продукта, фирмы, личности и т.д.).(проект)

6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)	Трудоемкость в академических часах
1	Понятия и типы имиджмейкинга. Имиджелогия.	Подготовка к практическому занятию. Выполнение упражнений	5
2	Имидж. Функциональные	Подготовка к практическому занятию. Подготовка анализа конкретной	5

	характеристики имиджа	ситуации	
3	Инструментарий имиджелогии	Подготовка к практическому занятию. Подготовка сообщения	10
4	Формирование имиджа в различных профессиональных средах.	Подготовка к практическому занятию. Подготовка творческого задания	10
5	Имидж продукта.	Подготовка к практическому занятию. Выполнение упражнений	5
6	Имидж-тренинг	Подготовка к тестированию. Подготовка проекта.	12

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В рамках технологического подхода будут использованы следующие технологии:

- лекционно- семинарское обучение: информационная лекция, проблемная лекция; лекция-беседа, развернутая беседа, система семинарских докладов;
- обучение с помощью аудиовизуальных средств (мультимедиа);
- «рецензирование» выступлений студентами;
- информационные технологии (электронные учебные издания).

При освоении дисциплины на занятиях используется как односторонняя форма коммуникации - пассивный метод, так и многосторонний - активный метод в форме беседы, дискуссии, диалога.

Групповой и индивидуальный методы работы со студентами. Групповой метод обеспечивает участие в работе каждого студента и предполагает вариативность участия в работе студентов с различной степенью речевой активности и инициативности. Индивидуальный метод заключается в раскрытии личностных возможностей обучающихся: их качеств, уровня языковой подготовки, умения самостоятельно включаться в процесс общения, управлять ситуацией общения.

В ходе обучения по данной дисциплине применяются активные и интерактивные формы занятий с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. При проведении практических занятий в интерактивной форме обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, в принятии решений, лидерских качеств

8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины: экзамен.

Вопросы к экзамену

1. Имиджелогия как наука. Объект и предмет имиджелогии. Методика. Основные направления исследования. Уровни имиджелогии как науки.
2. Имиджелогия среди других наук (политология, психология, философия, культурология). Функции и задачи имиджелогии как науки.
3. Имидж как основное понятие имиджелогии. Отличие имиджа от образа. Этапы формирования имиджа.
4. Имиджмейкинг как система. Субъект, объект, предмет имиджмейкинга. Имиджирование как один из элементов системы имиджмейкинга.
5. Имиджмейкер как профессионал, создающий нужный имидж.
6. Инструментарий имиджелогии. Охарактеризуйте технологии создания имиджа (позиционирование, манипулирование, визуализация)
7. Инструментарий имиджелогии. Охарактеризуйте технологии создания имиджа (мифологизация, метафоризация, дистанцирование, детализация).
8. Особенности функционирования имиджа. Аспекты характеристики имиджа объективное- субъективное; естественное– искусственное; когнитивное– эмоциональное). Три уровня в изучении специфики феномена имиджа и критерии их

оценивания.

9. Корпоративный имидж (типология, основные подходы, этапы конструирования корпоративного имиджа).
10. Корпоративная культура, корпоративная этика, корпоративные стандарты как элементы корпоративного имиджа.
11. Технологии построения имиджа руководителя.
12. Политический имидж. Типы политического имиджа. Технологии продвижения.
13. Имидж продукта, его составляющие. Свойства продукта, необходимые для создания привлекательного имиджа.
14. Профессиональный имидж. Понятия «имидж личности», «самопрезентация», «самоимиджирование». Факторы, влияющие на формирование имиджа личности. Краткая характеристика структура имиджа личности («я- концепция», коммуникативная механика, дизайн одежды и т.д.).
15. Соотношение понятий «имидж» и «бренд», «имиджирование», «брендинг», «ребрендинг».
16. Формирование имиджа в профессиональной сфере (на выбор).

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) литература

1. Ушакова, Н. В. Имиджелогия (3-е издание) : учебное пособие для бакалавров / Н. В. Ушакова, А. Ф. Стрижова. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 264 с. — ISBN 978-5-394-01942-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: [https:// www.iprbookshop.ru/57073.html](https://www.iprbookshop.ru/57073.html) (дата обращения: 19.05.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Беляева, М. А. Азы имиджелогии. Имидж личности, организации, территории : учебное пособие для вузов / М. А. Беляева, В. А. Самкова. — 2-е изд. — Москва, Екатеринбург : Кабинетный ученый, 2017. — 228 с. — ISBN 978-5-7584-0140-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: [https:// www.iprbookshop.ru/75000.html](https://www.iprbookshop.ru/75000.html) (дата обращения: 19.05.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
3. Беленко, В. Е. Имиджелогия. Стратегии и тактики имиджевой коммуникации : учебное пособие / В. Е. Беленко, М. П. Беленко. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2010. — 140 с. — ISBN 978-5-7782-1393-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: [https:// www.iprbookshop.ru/44920.html](https://www.iprbookshop.ru/44920.html) (дата обращения: 19.05.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
4. Селентьева, Д. О. Политическая имиджелогия : учебное пособие для вузов / Д. О. Селентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 164 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06386-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: [https:// www.urait.ru/bcode/490604](https://www.urait.ru/bcode/490604) (дата обращения: 19.05.2022).
5. Имиджелогия [Электронный ресурс]: учебно- методические материалы для направления подготовки 42.03.01/ АмГУ, ФФ; сост. А.В. Блохинская. — Благовещенск : Изд-во Амур. гос. ун-та, 2017. Режим доступа: [http:// irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU_Edition/8167.pdf](http://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU_Edition/8167.pdf)

б) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

№	Наименование	Описание
1	Операционная система MS Windows 7 Pro	DreamSpark Premium Electronic Software Delivery (3 years) Renewal по договору - Сублицензионный договор № Tr000074357/КНВ 17 от 30 июня 2019 года.
2	Электронно-библиотечная система	Научно- образовательный ресурс для решения задач обучения в России и за рубежом. Уникальная

	IPRbooks: http://www.iprbookshop.ru/	платформа ЭБС IPRbooks объединяет новейшие информационные технологии и учебную лицензионную литературу. Контент ЭБС IPRbooks отвечает требованиям стандартов высшей школы, СПО, дополнительного и дистанционного образования.
3	Электронно-библиотечная система ЮРАЙТ: https://www.urait.ru	Виртуальный читальный зал литературы по многим отраслям знаний. Фонд электронной библиотеки составляет более 5000 наименований и постоянно пополняется новинками, в большинстве своем это учебники и учебные пособия для всех уровней профессионального образования от ведущих научных школ с соблюдением требований новых ФГОСов.

в) профессиональные базы данных и информационные справочные системы

№	Наименование	Описание
1	https://cyberleninka.ru/	Научная электронная библиотека
2	http://ecsocman.hse.ru/	Экономика. Социология. Менеджмент Федеральный образовательный портал.
3	AdvertMe	Рекламный портал. Специализированный интернет-проект содержащий информацию о рекламном бизнесе, pr, брендинге, маркетинге и менеджменте

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Организация располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической работы обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Занятия проводятся в учебных аудиториях для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения.

На занятиях используется демонстрационное оборудование: проектор, компьютер – и учебно-наглядные пособия (презентации лекций, тестовые задания).

В университете имеются помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Студенты имеют доступ к электронно-библиотечной системе университета, в том числе и удаленный.

Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная обеспечивает: доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, к изданиям электронных библиотечных систем и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах; Университет обеспечен лицензионным программным обеспечением.