

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего профессионального образования  
«Амурский государственный университет»

Кафедра журналистики

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ

**Имидж и имиджмейкерская работа**

Основной образовательной программы по специальности 030601.65 –  
«Журналистика»

Благовещенск 2012

УМКд разработан А.Г. Закаблук, к.пс..н., доцентом кафедры журналистики

Рассмотрен и рекомендован на заседании кафедры психологии и педагогики

Протокол заседания кафедры от «15» октября 2012г. № \_\_\_\_ 2 \_\_\_\_

Зав. кафедрой /...О.В. Монастырёва...../

### **УТВЕРЖДЕН**

Протокол заседания УМС по специальности 030601.65 – «Журналистика»  
от «\_15\_» \_\_октября\_\_\_\_2012г. № \_\_\_\_2\_\_\_\_

Председатель УМС \_\_О.В. Монастырёва / \_\_\_\_ /

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Рабочая программа учебной дисциплины по специальности 030601.65 – «Журналистика» (Специализация "Теория и практика PR")	–
2. Краткое изложение лекционного материала .....	4
3. Методические указания (рекомендации).....	11
3.1 Методические рекомендации для преподавателя .....	16
3.2 Методические указания к семинарским занятиям .....	16
3.3 Методические указания по самостоятельной работе студентов .....	21
4. Контроль знаний .....	25
4.1 Текущий контроль знаний .....	25
4.2 Итоговый контроль знаний .....	26
5. Интерактивные технологии и инновационные методы, используемые в образовательном процессе.....	29

## **1. РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **1.1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Цель курса** - подготовка специалиста, владеющего основополагающими знаниями о технологии формирования имиджа. Теоретическое освоение курса предполагает овладение профессиональной терминологией, знание принципов и правил имиджирования. Практическое освоение курса предполагает приобретение навыков имиджирования.

#### **Задачи дисциплины:**

- раскрыть основы понятийного аппарата имиджирования (имидж; репутация; компоненты, факторы и атрибуты имиджа; субъекты имиджирования; корпоративный имидж; персональный деловой имидж; профессиональный имидж и т. д.);
- показать роль имиджирования в деловой жизни;
- раскрыть современную концепцию имиджа и имиджирования;
- дать анализ современных подходов к взаимосвязи корпоративного имиджа и корпоративной репутации;
- показать методы и средства корпоративного и персонального делового имиджирования;
- раскрыть аспекты сохранения и поддержания корпоративного имиджа как предотвращения нежелательных для имиджа организации действий, исходящих из внешней и внутренней среды;
- показать сложную взаимосвязь бренд-менеджмента и корпоративного имиджирования;
- систематизировать опыт западных и российских компаний в формировании и декларировании корпоративной философии как идеологической основы корпоративного имиджа;
- раскрыть основы персонального делового имиджирования.

### **1.2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО**

Цикл специальных дисциплин. Дисциплины по выбору СД.В5.

В процессе обучения студенты получают конкретные знания по имиджелогии, познакомятся с историей появления и развития понятия «имидж», его современными трактовками, формами реализации. Данный курс даст представление об инструментарии имиджелогии и его использовании. Студенты будут ознакомлены с имиджем политиков, с имиджем бизнеса, с имиджем организации и т.п., а также с основными проблемами создания персонального имиджа.

### **1.3. ТРЕБОВАНИЯ К УСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

**знать:**

- концепцию, слагаемые и типы имиджа;
- составляющие внутреннего и внешнего имиджа фирмы, способы их построения;
- структуру и факторы персонального имиджа;
- способы и средства создания персонального имиджа.

**уметь:**

- диагностировать отдельные характеристики фирмы и персоны в целях проектирования имиджа;
- анализировать имидж личности и предприятия;
- разрабатывать проекты имиджирования фирмы;

**Владеть технологиями имиджирования**

**1.4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 часа

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практич.	СРС	
1	Имидж и его роль в деловой жизни  Концептуальные модели корпоративного имиджа	9	1	2	2	5	Тест ИДЗ
2	Корпоративная репутация в системе имиджирования	9	3	2	2	5	Тест ИДЗ
3	Основы технологии формирования внешнего имиджа фирмы	9	5	2	2	5	Тест ИДЗ
4	Основы технологии формирования внутреннего имиджа фирмы Сохранение и защита позитивного имиджа организации	9	7	2	2	5	Тест ИДЗ
5	Персональный деловой имидж: структура, факторы	9	9	2	2	5	Тест ИДЗ

6	Самопознание - фундамент персонального имиджа	9	11	2	2	5	Тест ИДЗ
7	Презентация образа с помощью одежды	9	13	2	2	6	Тест ИДЗ
8	Презентация образа с помощью одежды. Кинетический и вербальный имидж. Выбор модели поведения	9	15	2	2	6	Тест ИДЗ
	Всего 74			16	16	42	зачет

## 1.5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

### 1.5.1. Лекции

№ п/п	№ раздела и темы дисциплины	Содержание темы	Трудоёмкость в часах
1	Имидж и его роль в деловой жизни Концептуальные модели корпоративного имиджа	Современное значение термина «имидж». Имидж как предмет внимания науки. Тематика исследований, дисциплинарные подходы. Имиджелогия как наука о стратегии, тактике и технологии создания позитивного имиджа имиджа.	2
2	Корпоративная репутация в системе имиджирования	Определение имиджа и репутации в отечественной и зарубежной науке. Возрастание внимания теоретиков и практиков к корпоративной репутации. Аналоговая школа» о корпоративном имидже и корпоративной репутации. Дифференцирующая школа о корпоративной имидже и корпоративной репутации. Факторы корпоративной репутации. Измерение корпоративной репутации.	2
3	Основы технологии формирования внешнего имиджа фирмы	Функции внешнего имиджирования. Идентификация, акцентуация и продвижение в технологии формирования внешнего имиджа. Проектирование корпоративного имиджа. Технические задачи имиджевых коммуникаций. Определение целевых аудиторий. Разработка компонентов внешнего имиджа	2

		<p>организации. Фирменное наименование и аббревиатура, торговая марка, логотип и фирменная шрифтовая надпись, девиз и слоган, лозунг, знамя, флаг, выпел, фирменный цвет, внешний вид персонала, дизайн интерьера и экстерьера, фирменные бланки, брошюры, рекламные проспекты, упаковочный материал и т.д.</p> <p>Создание сообщений. Способы передачи сообщений. Взаимодействие с органами массовой информации. Имиджевые рекламные кампании. Имиджевая общественная деятельность</p>	
4	<p>Основы технологии формирования внутреннего имиджа фирмы</p> <p>Сохранение и защита позитивного имиджа организации</p>	<p>Целенаправленное управление внутренней коммуникацией в целях имиджирования.</p> <p>Обучение и консультирование, непосредственно направленные на поддержание имиджа организации в глазах персонала.</p> <p>Программы стимулирования труда и формирование позитивного имиджа организации. Программы стимулирования. Денежные и неденежные формы поощрения.</p> <p>Кадровая политика предприятия как способ формирования внутреннего имиджа фирмы. Подбор персонала. Система профессиональной адаптации, продвижения и ротации. Повышение уровня профессиональных знаний. Тренинги знаний и навыков.</p> <p>Поддержание благоприятного социально-психологического климата. Организация неформального общения сотрудников. Формы отдыха, обеспечивающие сплочение коллектива.</p>	2
5	<p>Персональный деловой имидж: структура, факторы</p>	<p>Понятия личностного персонального, профессионального, делового имиджа.</p> <p>Факторы и компоненты персонального делового имиджа. Внешние факторы персонального делового имиджа: общие физические данные, мимика, одежда,</p>	2

		<p>жестикуляция, цветотип, макияж, аксессуары, типы лица, прическа и т.д.</p> <p>Внутренние факторы, определяющие персональный деловой имидж: уровень нравственности, внешние данные, интеллектуальные, художественные, информационные качества личности, склонность к общению и лидерству, коммуникабельность, эмпатичность, психическое здоровье и др.</p> <p>Нормативные ожидания относительно внешнего облика представителя той или иной профессии.</p> <p>Необходимость соответствия профессионального имиджа нормативным ожиданиям.</p>	
6	Самопознание - фундамент персонального имиджа	<p>Необходимость гармонии имиджа и индивидуальности личности. Приемы самоанализа, используемые в имиджировании.</p> <p>Внутриличностная коррекция в системе способов имиджирования. Формирование позитивного отношения к себе. Устранение комплекса неполноценности. Освобождение от недостижимых стандартов.</p>	2
7	Презентация образа с помощью одежды	<p>Роль одежды в презентации образа. Диагностика типа отношения к одежде. Выбор стратегии самопрезентации в одежде. Алгоритм формирования образа с помощью одежды.</p> <p>Общие правила подбора одежды. Использование эффектов и иллюзий зрительного восприятия.</p>	2
8	Кинетический и вербальный имидж. Выбор модели поведения	<p>Кинетический имидж. Взгляд. Кинетика тела.</p> <p>Вербальный имидж. Выбор модели поведения</p>	2
	Всего		16

### 1.5.2 Содержание практических занятий

№ п/п	№ раздела и темы дисциплины	Содержание темы	Трудоёмкость в часах
1	Имидж и его роль в деловой жизни Концептуальные модели корпоративного имиджа	Имидж и его роль в деловой жизни. Опыт имиджирования	2
2	Корпоративная репутация в системе имиджирования	Мастер-план по построению имиджа фирмы	2
3	Основы технологии формирования внешнего имиджа фирмы	Диагностика природного цветотипа личности.	2
4	Основы технологии формирования внутреннего имиджа фирмы Сохранение и защита позитивного имиджа организации	Самопрезентация личности в одежде.	2
5	Персональный деловой имидж: структура, факторы	Анализ практики самопрезентации у известных ораторов, телекомментаторов, деловых людей.	2
6	Самопознание - фундамент персонального имиджа	Мастер-план по построению имиджа журналиста	2
7	Презентация образа с помощью одежды	Анализ практики самопрезентации у известных ораторов, телекомментаторов, деловых людей. На примере «ПортАмура»	2
8	Презентация образа с помощью одежды. Кинетический и вербальный имидж. Выбор модели поведения	Анализ практики самопрезентации у известных ораторов, телекомментаторов, деловых людей. На примере «Альфа-канала»	2
	Всего		16
	Итого		14

### 1.6 САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Отражена в разделе 3.3 «Методические указания по самостоятельной работе студентов».

### 1.7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Отражены в разделе 5 «Интерактивные технологии и инновационные методы, используемые в образовательном процессе».

### 1.8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Отражены в разделах 4.1 «Текущий контроль знаний» и 4.2 «Итоговый контроль знаний».

### 1.9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. [Синяев В. В. Земляк С. В. Синяева И. М.](#) Маркетинговые коммуникации. Учебник. Допущено Министерством образования и науки Российской Федерации в качестве учебника для студентов высших учебных заведений / Под редакцией: Дашков Л. П. -5-а изд. - М.: Дашков и Ко, 2011. - 324 с. ЭБС <http://www.biblioclub.ru/>

**Дополнительная литература:**

1. [Горчакова В. Г.](#) Имиджелогия. Теория и практика. Учебное пособие. Рекомендовано Научно-исследовательским институтом образования и науки в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - М.: Юнити-Дана, 2012. - 336 с. ЭБС <http://www.biblioclub.ru/>

2. [Чумиков А. Н.](#) Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд. Учебное пособие. Допущено УМО вузов РФ по образованию в области международных отношений в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - М.: Аспект Пресс, 2012. - 160 с. ЭБС <http://www.biblioclub.ru/>

3. [Горчакова В. Г.](#) Имидж. Искусство и реальность. Учебное пособие. Рекомендовано УМЦ "Профессиональный учебник" в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - М.: Юнити-Дана, 2012. - 280 с. ЭБС <http://www.biblioclub.ru/>

**Журналы:**

Вопросы психологии

Психологический журнал

Журналист

**Программное обеспечение и Интернет-ресурсы**

№	Наименование ресурса	Краткая характеристика
1	Электронная библиотечная система «Университетская библиотека-online» <a href="http://www.biblioclub.ru">www.biblioclub.ru</a>	ЭБС по тематике охватывает всю область гуманитарных знаний и предназначена для использования в процессе обучения в высшей школе, как студентами и преподавателями, так и специалистами-гуманитариями.

**1.10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

При освоении дисциплины необходимы стандартная учебная аудитория, мультимедийный проектор. Желательно иметь доступ к сети Интернет. Студенты так же должны иметь свободный доступ к библиотеке периодических изданий по психологии (в том числе, и к электронным).

## **2. КРАТКОЕ ИЗЛОЖЕНИЕ ЛЕКЦИОННОГО МАТЕРИАЛА (ПЛАН КОНСПЕКТ ЛЕКЦИЙ)**

### **ЛЕКЦИЯ 1. Имидж и его роль в деловой жизни**

#### **План**

1. Современное значение термина «имидж»
2. Имидж как предмет внимания науки.
3. Тематика исследований, дисциплинарные подходы.
4. Имиджелогия как наука о стратегии, тактике и технологии создания

позитивного имиджа имиджа.

**Цель:** дать общее представление о имидже как предмете внимания науки

**Задачи:** сформировать общее представление о имидже как предмете внимания науки

**Ключевые понятия/термины:** Современное значение термина «имидж». Имидж как предмет внимания науки. Определение имиджа и репутации в отечественной и зарубежной науке. Возрастание внимания теоретиков и практиков к корпоративной репутации. Аналоговая школа о корпоративном имидже и корпоративной репутации. Дифференцирующая школа о корпоративной имидже и корпоративной репутации. Тематика исследований, дисциплинарные подходы. Имиджелогия как наука о стратегии, тактике и технологии создания позитивного имиджа имиджа.

#### **Литературные источники**

##### **Основная литература:**

1. [Синяев В. В. Земляк С. В. Синяева И. М.](#) Маркетинговые коммуникации. Учебник. Допущено Министерством образования и науки Российской Федерации в качестве учебника для студентов высших учебных заведений / Под редакцией: Дашков Л. П. -5-а изд. - М.: Дашков и Ко, 2011. - 324 с. ЭБС <http://www.biblioclub.ru/>

##### **Дополнительная литература:**

1. [Горчакова В. Г.](#) Имиджелогия. Теория и практика. Учебное пособие. Рекомендовано Научно-исследовательским институтом образования и науки в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - М.: Юнити-Дана, 2012. - 336 с. ЭБС <http://www.biblioclub.ru/>

2. [Чумиков А. Н.](#) Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд. Учебное пособие. Допущено УМО вузов РФ по образованию в области международных отношений в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - М.: Аспект Пресс, 2012. - 160 с. ЭБС <http://www.biblioclub.ru/>

3. [Горчакова В. Г.](#) Имидж. Искусство и реальность. Учебное пособие. Рекомендовано УМЦ "Профессиональный учебник" в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - М.: Юнити-Дана, 2012. - 280 с. ЭБС <http://www.biblioclub.ru/>

### **Лекция 2. Корпоративная репутация в системе имиджирования**

#### **План**

1. Факторы корпоративной репутации.
2. Измерение корпоративной репутации

**Цель:** дать общее представление о корпоративной репутации в системе имиджирования.

**Задачи:** сформировать общее представление о корпоративной репутации в системе имиджирования.

**Ключевые понятия/термины:** Факторы корпоративной репутации. Измерение корпоративной репутации

**Литературные источники**

**Основная литература:**

1. [Синяев В. В. Земляк С. В. Синяева И. М.](#) Маркетинговые коммуникации. Учебник .Допущено Министерством образования и науки Российской Федерации в качестве учебника для студентов высших учебных заведений / Под редакцией: Дашков Л. П. -5-а изд. - М.: Дашков и Ко, 2011. - 324 с. ЭБС <http://www.biblioclub.ru/>

**Дополнительная литература:**

1. [Горчакова В. Г.](#) Имиджелогия. Теория и практика. Учебное пособие .Рекомендовано Научно-исследовательским институтом образования и науки в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - М.: Юнити-Дана, 2012. - 336 с. ЭБС <http://www.biblioclub.ru/>

2. [Чумиков А. Н.](#) Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд. Учебное пособие. Допущено УМО вузов РФ по образованию в области международных отношений в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений . - М.: Аспект Пресс, 2012. - 160 с. ЭБС <http://www.biblioclub.ru/>

3. [Горчакова В. Г.](#) Имидж. Искусство и реальность. Учебное пособие. Рекомендовано УМЦ "Профессиональный учебник" в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - М.: Юнити-Дана, 2012. - 280 с. ЭБС <http://www.biblioclub.ru/>

### **Лекция 3. Основы технологии формирования внешнего имиджа фирмы**

#### **План**

- 1.Функции внешнего имиджирования.
- 2.Идентификация, акцентуация и продвижение в технологии формирования внешнего имиджа.
3. Проектирование корпоративного имиджа.
4. Разработка компонентов внешнего имиджа организации.

**Цель:** дать общее представление технологиях формирования внешнего имиджа фирмы

**Задачи:** формировать общее представление технологиях формирования внешнего имиджа фирмы

**Ключевые понятия/термины:** Функции внешнего имиджирования. Идентификация, акцентуация и продвижение в технологии формирования внешнего имиджа. Проектирование корпоративного имиджа. Технические задачи имиджевых коммуникаций. Определение целевых аудиторий.Разработка компонентов внешнего имиджа организации. Фирменное наименование и аббревиатура, торговая марка, логотип и фирменная шрифтовая надпись, девиз и слоган, лозунг, знамя, флаг, вымпел, фирменный цвет, внешний вид персонала, дизайн интерьера и экстерьера, фирменные бланки, брошюры, рекламные проспекты, упаковочный материал и т.д.

## **Литературные источники**

### **Основная литература:**

1. [Синяев В. В. Земляк С. В. Синяева И. М.](#) Маркетинговые коммуникации. Учебник. Допущено Министерством образования и науки Российской Федерации в качестве учебника для студентов высших учебных заведений / Под редакцией: Дашков Л. П. -5-а изд. - М.: Дашков и Ко, 2011. - 324 с. ЭБС <http://www.biblioclub.ru/>

### **Дополнительная литература:**

1. [Горчакова В. Г.](#) Имиджелогия. Теория и практика. Учебное пособие. Рекомендовано Научно-исследовательским институтом образования и науки в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - М.: Юнити-Дана, 2012. - 336 с. ЭБС <http://www.biblioclub.ru/>

2. [Чумиков А. Н.](#) Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд. Учебное пособие. Допущено УМО вузов РФ по образованию в области международных отношений в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - М.: Аспект Пресс, 2012. - 160 с. ЭБС <http://www.biblioclub.ru/>

3. [Горчакова В. Г.](#) Имидж. Искусство и реальность. Учебное пособие. Рекомендовано УМЦ "Профессиональный учебник" в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - М.: Юнити-Дана, 2012. - 280 с. ЭБС <http://www.biblioclub.ru/>

## **Лекция 4. Основы технологии формирования внутреннего имиджа фирмы**

### **План**

1. Целенаправленное управление внутренней коммуникацией в целях имиджирования.
2. Обучение и консультирование, непосредственно направленные на поддержание имиджа организации в глазах персонала.
3. Программы стимулирования труда и формирование позитивного имиджа организации. Программы стимулирования. Денежные и неденежные формы поощрения.

**Цель:** дать общее представление о технологии формирования внутреннего имиджа фирмы

**Задачи:** обучить технологиям формирования внутреннего имиджа фирмы

**Ключевые понятия/термины:** Целенаправленное управление внутренней коммуникацией в целях имиджирования. Обучение и консультирование, непосредственно направленные на поддержание имиджа организации в глазах персонала. Программы стимулирования труда и формирование позитивного имиджа организации. Программы стимулирования. Денежные и неденежные формы поощрения. Кадровая политика предприятия как способ формирования внутреннего имиджа фирмы. Подбор персонала. Система профессиональной адаптации, продвижения и ротации. Повышение уровня профессиональных знаний. Тренинги знаний и навыков. Поддержание благоприятного социально-психологического климата. Организация неформального общения сотрудников. Формы отдыха, обеспечивающие сплочение коллектива

### **Литературные источники**

#### **Основная литература:**

1. [Синяев В. В. Земляк С. В. Синяева И. М.](#) Маркетинговые коммуникации. Учебник. Допущено Министерством образования и науки Российской Федерации в качестве учебника

для студентов высших учебных заведений / Под редакцией: Дашков Л. П. -5-а изд. - М.: Дашков и Ко, 2011. - 324 с. ЭБС <http://www.biblioclub.ru/>

#### **Дополнительная литература:**

1. [Горчакова В. Г.](#) Имиджелогия. Теория и практика. Учебное пособие .Рекомендовано Научно-исследовательским институтом образования и науки в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - М.: Юнити-Дана, 2012. - 336 с. ЭБС <http://www.biblioclub.ru/>
2. [Чумиков А. Н.](#) Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд. Учебное пособие. Допущено УМО вузов РФ по образованию в области международных отношений в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений . - М.: Аспект Пресс, 2012. - 160 с. ЭБС <http://www.biblioclub.ru/>

### **Лекция 5. Персональный деловой имидж: структура, факторы**

#### **План**

1. Понятия личностного персонального, профессионального, делового имиджа.
2. Факторы и компоненты персонального делового имиджа
3. Нормативные ожидания относительно внешнего облика представителя той или иной профессии. Необходимость соответствия профессионального имиджа нормативным ожиданиям

**Цель:** рассмотреть персональный деловой имидж: структуру, факторы

**Задачи:** сформировать представление о персональном деловом имидже

**Ключевые понятия/термины:** Понятия личностного персонального, профессионального, делового имиджа. Факторы и компоненты персонального делового имиджа. Внешние факторы персонального делового имиджа: общие физические данные, мимика, одежда, жестикауляция, цветотип, макияж, аксессуары, типы лица, прическа и т.д. Внутренние факторы, определяющие персональный деловой имидж: уровень нравственности, внешние данные, интеллектуальные, художественные, информационные качества личности, склонность к общению и лидерству, коммуникабельность, эмпатичность, психическое здоровье и др. Нормативные ожидания относительно внешнего облика представителя той или иной профессии. Необходимость соответствия профессионального имиджа нормативным ожиданиям.

#### **Литературные источники**

#### **Основная литература:**

1. [Синяев В. В. Земляк С. В. Синяева И. М.](#) Маркетинговые коммуникации. Учебник .Допущено Министерством образования и науки Российской Федерации в качестве учебника для студентов высших учебных заведений / Под редакцией: Дашков Л. П. -5-а изд. - М.: Дашков и Ко, 2011. - 324 с. ЭБС <http://www.biblioclub.ru/>

#### **Дополнительная литература:**

1. [Горчакова В. Г.](#) Имиджелогия. Теория и практика. Учебное пособие .Рекомендовано Научно-исследовательским институтом образования и науки в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - М.: Юнити-Дана, 2012. - 336 с. ЭБС <http://www.biblioclub.ru/>

## **Лекция 6. Самопознание - фундамент персонального имиджа**

### **План**

1. Необходимость гармонии имиджа и индивидуальности личности.
2. Приемы самоанализа, используемые в имиджировании.
3. Внутрличностная коррекция в системе способов имиджирования.

Формирование позитивного отношения к себе.

4. Устранение комплекса неполноценности. Освобождение от недостижимых стандартов

**Цель:** познакомить с самопознанием как фундаменте персонального имиджа.

**Задачи:** сформировать представление о самопознании как фундаменте персонального имиджа.

**Ключевые понятия/термины:** Внутрличностная коррекция в системе способов имиджирования. Формирование позитивного отношения к себе. Устранение комплекса неполноценности. Освобождение от недостижимых стандартов

### **Литературные источники**

#### **Основная литература:**

1. [Синяев В. В.](#), [Земляк С. В.](#), [Синяева И. М.](#) Маркетинговые коммуникации. Учебник. Допущено Министерством образования и науки Российской Федерации в качестве учебника для студентов высших учебных заведений / Под редакцией: Дашков Л. П. -5-а изд. - М.: Дашков и Ко, 2011. - 324 с. ЭБС <http://www.biblioclub.ru/>

#### **Дополнительная литература:**

1. [Горчакова В. Г.](#) Имиджелогия. Теория и практика. Учебное пособие. Рекомендовано Научно-исследовательским институтом образования и науки в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - М.: Юнити-Дана, 2012. - 336 с. ЭБС <http://www.biblioclub.ru/>

2. [Чумиков А. Н.](#) Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд. Учебное пособие. Допущено УМО вузов РФ по образованию в области международных отношений в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - М.: Аспект Пресс, 2012. - 160 с. ЭБС <http://www.biblioclub.ru/>

3. [Горчакова В. Г.](#) Имидж. Искусство и реальность. Учебное пособие. Рекомендовано УМЦ "Профессиональный учебник" в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - М.: Юнити-Дана, 2012. - 280 с. ЭБС <http://www.biblioclub.ru/>

## **Лекция 7. Презентация образа с помощью одежды**

### **План**

1. Общие правила подбора одежды.
2. Использование эффектов и иллюзий зрительного восприятия

**Цель:** дать общее представление о презентации с помощью одежды.

**Задачи:** рассмотреть приемы презентации с помощью одежды

**Ключевые понятия/термины:** Роль одежды в презентации образа. Диагностика типа отношения к одежде. Выбор стратегии самопрезентации в одежде. Алгоритм формирования образа с помощью одежды.

### **Литературные источники**

#### **Основная литература:**

1. [Синяев В. В. Земляк С. В. Синяева И. М.](#) Маркетинговые коммуникации. Учебник .Допущено Министерством образования и науки Российской Федерации в качестве учебника для студентов высших учебных заведений / Под редакцией: Дашков Л. П. -5-а изд. - М.: Дашков и Ко, 2011. - 324 с. ЭБС <http://www.biblioclub.ru/>

**Дополнительная литература:**

1. [Горчакова В. Г.](#) Имиджелогия. Теория и практика. Учебное пособие .Рекомендовано Научно-исследовательским институтом образования и науки в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - М.: Юнити-Дана, 2012. - 336 с. ЭБС <http://www.biblioclub.ru/>

**Лекция 8. Кинетический и вербальный имидж**

**План**

- 1.Кинетический имидж. Взгляд.
2. Кинетика тела. Вербальный имидж .
3. Выбор модели поведения

**Цель:** познакомиться с кинетическим и вербальным имиджем.

**Задачи:** сформировать представление о кинетическом и вербальном имидже

**Ключевые понятия/термины:** Кинетический имидж. Взгляд. Кинетика тела. Вербальный имидж . Выбор модели поведения

**Литературные источники**

**Основная литература:**

1. [Синяев В. В. Земляк С. В. Синяева И. М.](#) Маркетинговые коммуникации. Учебник .Допущено Министерством образования и науки Российской Федерации в качестве учебника для студентов высших учебных заведений / Под редакцией: Дашков Л. П. -5-а изд. - М.: Дашков и Ко, 2011. - 324 с. ЭБС <http://www.biblioclub.ru/>

**Дополнительная литература:**

1. [Горчакова В. Г.](#) Имиджелогия. Теория и практика. Учебное пособие .Рекомендовано Научно-исследовательским институтом образования и науки в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - М.: Юнити-Дана, 2012. - 336 с. ЭБС <http://www.biblioclub.ru/>

**3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ И РЕКОМЕНДАЦИИ**

**3.1 Методические указания для преподавателя**

**Цель курса** «Имиджи имеджмейкерская работа» - подготовка специалиста, владеющего основополагающими знаниями о технологии формирования имиджа. Теоретическое освоение курса предполагает овладение профессиональной терминологией, знание принципов и правил имиджирования. Практическое освоение курса предполагает приобретение навыков имиджирования.

**Задачи дисциплины:**

- раскрыть основы понятийного аппарата имиджирования (имидж; репутация; компоненты, факторы и атрибуты имиджа; субъекты имиджирования; корпоративный имидж; персональный деловой имидж; профессиональный имидж и т. д.);
  - показать роль имиджирования в деловой жизни;
  - раскрыть современную концепцию имиджа и имиджирования;
  - дать анализ современных подходов к взаимосвязи корпоративного имиджа и корпоративной репутации;
  - показать методы и средства корпоративного и персонального делового имиджирования;
  - раскрыть аспекты сохранения и поддержания корпоративного имиджа как предотвращения нежелательных для имиджа организации действий, исходящих из внешней и внутренней среды;
  - показать сложную взаимосвязь бренд-менеджмента и корпоративного имиджирования;
  - систематизировать опыт западных и российских компаний в формировании и декларировании корпоративной философии как идеологической основы корпоративного имиджа;
- раскрыть основы персонального делового имиджирования

Содержание занятий по дисциплине, а также методика их подготовки и проведения должны соответствовать основным задачам курса. Ведущими видами занятий для данного курса являются лекции, семинары и систематическая самостоятельная работа студентов над рекомендованной литературой и материалами лекции.

**Лекции** должны давать систематизированные основы научных знаний по дисциплине, раскрывать состояние и перспективы развития рекламы, концентрировать внимание обучающихся на сложных и узловых вопросах. Лекции следует излагать в описательно-иллюстративном (традиционном) или в проблемном стиле: ставить вопросы и предлагать подходы к их решению. Необходимо стимулировать активную познавательную деятельность и интерес к дисциплине, формировать творческое мышление. Прибегать к противопоставлениям и сравнениям, делать обобщения.

Изложение следует сопровождать примерами из жизни обучаемых, практики бизнеса и современными фактами общественной жизни. Теоретические концепции целесообразно иллюстрировать результатами исследований. В лекциях использовать слайды, фрагменты из литературы, публикаций СМИ, рекламные образцы и ролики. Сложные абстрактные положения раскрывать с опорой на схемы. Для раскрытия динамических связей и придания лекции непосредственного, «живого» характера рекомендуется использовать доску.

При чтении лекции желательно опираться на знания и личный опыт обучаемых. Следует обязательно раскрывать личностную значимость каждой темы для студентов. Стимулировать их мыслительную деятельность, раскрывая взаимосвязи между различными явлениями, указывая на теоретические противоречия. Вопросы, предлагаемые аудитории для размышления должны побуждать обучаемых использовать имеющиеся теоретические знания из других дисциплин подготовки. Демонстрировать логику вывода, приемы умственной деятельности, давать пример рефлексии. Принимать меры к поддержанию внимания: задавать контрольные вопросы, использовать интонационное и темповое выделение и др.

Лекции должны внушать обучаемым уверенность в необходимости использования научных знаний в практической деятельности. В конце лекции делать выводы, ставить задачи на самостоятельную работу. Давать методические советы по организации самостоятельной работы студентов. Ставить задачи по наблюдению и анализу за рекламной коммуникации в ходе повседневной жизни – на улице, в транспорте, при чтении газет и журналов, просмотре телепрограмм.

**Семинары** проводить методами развёрнутой беседы, дискуссии, круглого стола, конференции, деловой игры. Подготовка студентов к семинару осуществляется на основе задания (плана семинара), которое разрабатывается преподавателем. Задание (план семинара) должно быть заранее доведено до обучающихся.

В начале семинара следует оценивать готовность аудитории, проведением устного или письменного опроса (теста). Полное раскрытие проблем семинара добиваться постановкой наводящих вопросов. Поощрять самостоятельность суждений, учить делать выводы для практической деятельности. Следует обратить внимание на развитие у студентов начальных навыков самостоятельной исследовательской работы: поиска, подбора и реферирования литературы, сопоставления различных подходов, критического анализа и научного спора. Отдельной задачей семинара является формирование коммуникативной компетентности студентов: умения публично выступать, владеть приемами активизации внимания аудитории, грамотно и убедительно излагать свою точку зрения. В ходе семинара допускается выступления студентов с заранее подготовленными рефератами.

С целью выработки умения применять теорию для решения практических задач, разрабатывать рекомендации по оптимизации рекламы, целесообразно включать в семинары обсуждение о разработку заданий (кейсов). Важно, чтобы такая работа формировала конкретные навыки: студенты должны практически действовать, а не обсуждать как можно было бы действовать.

**Самостоятельная работа** студентов имеет целью закрепление и углубление полученных знаний и навыков, подготовку к предстоящим занятиям и экзамену (зачету) по дисциплине, а также формирование самостоятельности в поиске и приобретении новых знаний. В ходе самостоятельной подготовки студенты знакомятся с рекомендованной литературой, конспектируют источники, дополняют конспект лекций, используют мультимедийные обучающие программы, решают ситуационные задачи и отвечают на контрольные вопросы, готовят рефераты, презентации и демонстрационный материал для выступления на семинарах. Следует всячески подчеркивать ценность систематической самостоятельной работы, побуждать студентов к отражению в конспектах (рабочих тетрадях) результатов самостоятельной работы. Необходимо побуждать обучаемых к систематическому использованию ресурсов библиотеки АмГУ научных библиотек города Благовещенска, научно-образовательных порталов в интернете.

Следует осуществлять регулярные контакты с преподавателями других учебных дисциплин, ведущих занятия с данным потоком (учебной группой), руководством кафедры и университета для согласования усилий в учебно-воспитательной работе.

Преподаватель обязан осуществлять **текущий контроль успеваемости** в целях для проверки хода и качества усвоения учебного материала, стимулирования учебной работы студентов и совершенствования методики проведения занятий. Он может проводиться в ходе лекций и семинаров в форме избранной преподавателем (письменные или устные ответы на контрольные вопросы, тест, беседа, результаты выступлений на семинарах, выполнение практических заданий и др.). Рекомендуются оценивать в ходе семинаров всех студентов. Результаты текущего контроля успеваемости следует отражать в журнале учета учебных занятий.

### **3.2. Методические указания к семинарским занятиям**

Семинарские занятия предназначены для уточнения, более глубокой проработки и закрепления знаний, полученных на лекциях. Кроме того, на семинар могут быть вынесены вопросы, не затронутые лектором. Как правило, это вопросы, касающиеся направленные на

расширение исторического контекста, касающиеся биографий ученых и тому подобное. Информация подобного характера позволяет лучше усвоить развития рассматриваемого феномена в филогенезе и онтогенезе, а так же вспомогательные компоненты, необходимые для более полного усвоения темы.

При подготовке к семинарам желательно соблюдать следующую последовательность. Если тема семинара совпадает с темой лекции, необходимо в первую очередь внимательно прочитать конспект лекции. При чтении в конспекте выделяются (цветом, подчеркиванием и т.п.) основные смысловые блоки, ключевые термины, даты, фамилии ученых. Желательно постоянно пользоваться однотипной системой выделения – это облегчает последующую работу с текстом и запоминание информации. Как правило, лекция отражает основной смысл, «каркас» темы, и при подготовке к семинару его нужно просто дополнить.

Следующим этапом подготовки к семинару является работа с основной литературой. Как правило, к каждой теме указаны 2 – 3 основных книги (учебника или учебных пособия). При этом ни одна из них не содержит ответ на все вопросы семинара. Таким образом, для полного охвата темы необходимо работать одновременно с несколькими книгами. После прочтения материала желательно составить краткий конспект или план ответа на каждый вопрос. Конспектирование параллельно с чтением не является целесообразным: в этом случае затруднено выделение главной мысли, в конспекте оказывается много второстепенной информации. При конспектировании необходимо указывать источник, из которого взята та или иная информация.

Для более полного понимания изучаемого психического феномена необходимо ознакомиться с дополнительной литературой. Помимо книг, указанных после каждой темы, желательно обращаться к журналам и Интернет-ресурсам, перечисленным в разделе 1.9 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины». Кроме того, после краткого изложения каждой темы приведен список литературы для ее самостоятельного углубленного изучения. Работа с данной литературой не является обязательной и осуществляется по желанию студента. При работе с дополнительной литературой желательно делать краткие выписки, дополняющие основной конспект.

Таким образом, на подготовку одного вопроса семинара требуется не менее одного часа, а при работе с дополнительной литературой – порядка двух часов. При этом студент должен быть готов выступить по всем вопросам, отраженным в плане семинара.

При проведении семинаров по дисциплине «Общие основы педагогики» могут использоваться различные формы: традиционный опрос, семинар-дискуссия, пресс-конференция и т.п. Более подробно данный вопрос раскрыт в разделе 5 «Интерактивные технологии и инновационные методы, используемые в образовательном процессе».

Далее приведены темы семинарских занятий, количество часов, отводимых на тему, и план занятий. Поскольку темы семинаров совпадают с темами лекций, список основной и дополнительной литературы приводится только после краткого изложения лекционного материала.

#### Содержание практических занятий по темам

№ п/п	№ раздела и темы дисциплины	Содержание темы	Трудоёмкость в часах
1	Имидж и его роль в деловой жизни Концептуальные модели корпоративного имиджа	Имидж и его роль в деловой жизни. Опыт имиджирования	2
2	Корпоративная репутация в системе имиджирования	Мастер-план по построению имиджа фирмы	2
3	Основы технологии формирования внешнего имиджа фирмы	Диагностика природного цветотипа личности.	2

4	Основы технологии формирования внутреннего имиджа фирмы Сохранение и защита позитивного имиджа организации	Самопрезентация личности в одежде.	2
5	Персональный деловой имидж: структура, факторы	Анализ практики самопрезентации у известных ораторов, телекомментаторов, деловых людей.	2
6	Самопознание - фундамент персонального имиджа	Мастер-план по построению имиджа журналиста	2
7	Презентация образа с помощью одежды	Анализ практики самопрезентации у известных ораторов, телекомментаторов, деловых людей. На примере «ПортАмура»	2
8	Презентация образа с помощью одежды. Кинетический и вербальный имидж. Выбор модели поведения	Анализ практики самопрезентации у известных ораторов, телекомментаторов, деловых людей. На примере «Альфа-канала»	2
	Всего		16

#### **Основная литература:**

1. [Синяев В. В.](#), [Земляк С. В.](#), [Синяева И. М.](#) Маркетинговые коммуникации. Учебник. Допущено Министерством образования и науки Российской Федерации в качестве учебника для студентов высших учебных заведений / Под редакцией: Дашков Л. П. -5-а изд. - М.: Дашков и Ко, 2011. - 324 с. ЭБС <http://www.biblioclub.ru/>

#### **Дополнительная литература:**

1. [Горчакова В. Г.](#) Имиджелогия. Теория и практика. Учебное пособие. Рекомендовано Научно-исследовательским институтом образования и науки в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - М.: Юнити-Дана, 2012. - 336 с. ЭБС <http://www.biblioclub.ru/>

2. [Чумиков А. Н.](#) Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд. Учебное пособие. Допущено УМО вузов РФ по образованию в области международных отношений в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - М.: Аспект Пресс, 2012. - 160 с. ЭБС <http://www.biblioclub.ru/>

3. [Горчакова В. Г.](#) Имидж. Искусство и реальность. Учебное пособие. Рекомендовано УМЦ "Профессиональный учебник" в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений. - М.: Юнити-Дана, 2012. - 280 с. ЭБС <http://www.biblioclub.ru/>

Следует тщательно готовиться к семинарам. Подготовка к семинару включает кроме отработки конспекта лекции, поиск литературы (по рекомендованным спискам и самостоятельно), подготовку в тетради заготовок для выступлений по вопросам, выносимым для обсуждения. Такие заготовки могут включать цитаты, факты, сопоставление различных позиций, собственные мысли студента и примеры из жизни. Если проблема заинтересовала

студента, он может подготовить реферат или эссе и выступить с ним на семинаре. Очень хорошо, если выступление на семинаре студент будет сопровождать специально подготовленной мультимедийной презентацией, например, в формате PowerPoint. Навыки подготовки презентации и выступления весьма ценятся в современном бизнесе.

Семинар, это, прежде всего, дискуссия, обсуждение. Значит, студент должен не только внимательно слушать выступающих, но и стараться высказать свое мнение, уточнить, задать вопрос, при необходимости поправить выступающего.

Итак, подведем итог: обучение в вузе не есть «переливание» знаний от преподавателя к студенту. На самом деле, знания не передаются, они вырабатываются. Задача преподавателя - создать условия, показать, научить как формировать знания. Задача студента – путем напряженной, кропотливой работы сформировать у себя знания и освоить способы профессионального мышления, развить свою личность.

### **□3.3. Методические указания по самостоятельной работе студентов**

Система высшего образования базируется на сочетании нескольких видов учебной деятельности, в том числе лекций и самостоятельной работы студентов. Самостоятельная работа студентов - это основа полноценного образования: мотивация к приобретению знаний и саморазвитию определяют гарантии профессионализма молодых специалистов. Поэтому организация и стимулирование самостоятельной, индивидуальной работы студентов, как учебной, так и научной, является одним из основных направлений в совершенствовании системы высшего образования.

Цель самостоятельной работы студентов заключается в глубоком, полном усвоении учебного материала и в развитии навыков самообразования. В целом, разумное сочетание самостоятельной работы с иными видами учебной деятельности позволяет реализовать три основные компонента образования в высшем учебном заведении:

познавательный, заключающийся в усвоении студентами необходимой суммы знаний по избранной специальности, а также способности самостоятельно их пополнять;

развивающий, подразумевающий выработку навыков аналитического, логического мышления, а также способности профессионально оценить ситуацию и найти правильное решение проблемы;

воспитательный, способствующий формированию профессионального сознания, мышления, мировоззренческих установок, связанных не только с выбранной ими специальностью, но и с общим уровнем развития личности

**Самостоятельная работа студентов включает совокупность нескольких составляющих:**

работа с текстами: монографиями, учебниками, архивными материалами, материалами различных съездов, форумов и конференций, то есть дополнительной литературой, в том числе материалами глобальной сети, а также проработка конспектов лекций;

написание докладов, рефератов, эссе, аналитических заключений, курсовых и дипломных работ, составление графиков, таблиц, схем;

участие в работе психологических форумов, семинаров, студенческих научных конференций, олимпиад;

подготовка к промежуточной аттестации, зачетам и экзаменам непосредственно перед ними.

Таким образом, самостоятельная работа студентов является необходимым компонентом получения полноценного высшего образования. В учебных планах всех дисциплин на нее отводится не менее половины учебного времени.

Логика учебного процесса подразумевает, что дисциплины, в частности, «Имидж и имиджмейкерская работа» являются частями единого целого, что составляет образовательный стандарт и единый образовательный процесс.

Учебная программа курса «Имидж и имиджмейкерская работа» построена таким образом, чтобы оптимизировать процесс усвоения материала студентами в процессе профессионализации.

Подготовка современного специалиста предполагает, что в стенах вуза он овладеет методологией самообразования, самовоспитания, самосовершенствования. Это определяет важность активизации его **самостоятельной работы**. С целью организации данного вида учебных занятий необходимо в первую очередь использовать материал лекций. Лекционный материал создает проблемный фон с обозначением ориентиров, наполнение которых содержанием производится студентами заочного отделения при выполнении самостоятельной работы и после работы с учебными пособиями, монографиями и периодическими изданиями.

Самостоятельная работа студентов подразумевает овладение материалом, излагаемом в учебниках и учебных пособиях, приводимых в списке основной литературы.

Дополнительная литература служит средством расширения профессионального кругозора студентов и обеспечивает вариативность поиска необходимой информации в процессе подготовки к практическим занятиям, а также промежуточной и итоговой аттестации.

Работая с учебниками и учебными пособиями, рекомендуется материал для изучения распределять равномерно по неделям, в соответствии с темами лекций. Эффективно дает чтение учебника не после лекции, а наоборот, перед ней, поскольку студент, уже ознакомленный с темой по учебнику, воспринимает и запоминает основные положения лекции намного легче.

При ознакомлении с каким-либо разделом рекомендуется прочитать его целиком, стараясь уловить логику и основную мысль автора. При вторичном чтении лучше акцентировать внимание на основных, ключевых вопросах темы. Можно составить их краткий конспект, что позволит изученный материал быстро освежить в памяти перед экзаменом. Не забудьте отметить сложные и непонятные вам места, чтобы на занятии задать вопрос преподавателю.

Эффективно **повторение** заучиваемого материала вслух, поэтому рекомендуется проговаривать материал, подлежащий заучиванию. Тем не менее, более эффективным представляется осознание смысла того или иного положения и развитие навыка изложения материала своими словами. Другими словами, материал, «пропущенный» через смысловое сознание, то есть попавший в «поле ясного сознания» (Л.С. Выготский) человека, с большей вероятностью будет воспроизведен через продолжительный промежуток времени.

Самостоятельная работа формирует творческую активность студентов, представление о своих научных и социальных возможностях, способность вычленять главное, совершенствует приемы обобщенного мышления.

Самостоятельно изучается рекомендуемая литература, проводится работа с библиотечными фондами и электронными источниками информации, историко-психологической литературой, статьями из журналов «Вопросы психологии», «Психологический журнал» и др. Реферируя и конспектируя наиболее важные вопросы, имеющие научно-практическую значимость, новизну, актуальность, делая выводы, заключения, высказывая практические замечания, выдвигая различные положения, студенты глубже понимают вопросы курса.

### **Рекомендации по планированию времени**

#### *Характеристики качественно составленного плана*

Качественно составленный план обладает специфическими характеристиками, отличающими его от менее качественного продукта интеллектуального труда. Попробуйте оценить составленный вами план по следующим критериям. Вы должны:

Задать цель.

Четко выделить этапы работы.

Определить результат каждого этапа.

Просчитать время, необходимое для реализации каждого из выделенных этапов.

Проанализировать параллельные и последовательные рабочие процессы. Если часть процессов может реализовываться параллельно, следует составить сетевой график.

Определить необходимые ресурсы для каждого из этапов и составить их полный список.

Создать план обеспечения недостающими ресурсами.

Проанализировать потенциальные барьеры и наметить способы их преодоления.

Предусмотреть альтернативные элементы плана в неясных и проблемных точках.

### **Рекомендации по самостоятельной работе с литературой**

Изучение литературы представляет собой подготовительный этап работы над темой лекции. Он необходим для создания теоретической базы.

При поиске и подборе литературы по теме лекции рекомендуется пользоваться систематическим каталогом, имеющимся в библиотеке, а также справочно-библиографическим отделом. Обратите также внимание на рекомендательные списки литературы, имеющиеся в конце подобранных Вами книг и статей. Среди перечисленных в них работ Вы можете дополнительно найти литературные источники по необходимой теме.

Углубленное знакомство с литературными источниками позволяет критически отнестись к имеющимся в них сведениям, провести их сравнительный анализ, сопоставить их с данными, известными Вам из ранее изученных материалов и собственных наблюдений, попытаться определить свою точку зрения на поставленные проблемы.

В виде конспектов, тезисов и цитат записываются наиболее важные положения, определения, выводы, рекомендации, интересные примеры, фактический материал, содержащиеся в литературных источниках.

При конспектировании следует очень внимательно относиться к формулировкам, к подбору слов и выражений.

### **Общие рекомендации по работе с литературой**

Наиболее предпочтительна потемная последовательность в работе с литературой. Ее можно представить в виде следующего примерного алгоритма:

ознакомление с настоящими "Материалами...";

изучение основной учебной литературы;

проработка дополнительной (учебной и научной) литературы.

В ходе чтения очень полезно, делать краткие конспекты. По завершении изучения рекомендуемой литературы полезно проверить уровень своих знаний с помощью контрольных вопросов для самопроверки.

Настоятельно рекомендуется избегать механического заучивания учебного материала. Практика убедительно показывает: самым эффективным способом является не "зубрежка", а глубокое, творческое, самостоятельное проникновение в существо изучаемых вопросов.

Необходимо вести систематическую каждодневную работу над литературными источниками. Объем информации по курсу настолько обширен, что им не удастся овладеть в "последние дни" перед сессией.

Следует воспитывать в себе установку на прочность, долговременность усвоения знаний по курсу. Надо помнить, что они потребуются не только и не столько в ходе экзамена и зачета, но – что особенно важно – в последующей профессиональной деятельности.

В литературе по курсу студентам могут встречаться положения, которые уже не вполне отвечают новым тенденциям развития. В таких случаях следует, проявляя нужную критичность мысли, опираться не на устаревшие идеи того или другого издания, как бы авторитетно оно ни было, а на нормы, вытекающие из современных изданий, имеющих отношение к изучаемому вопросу.

При этом необходимо знать не только литературу, рекомендуемую в данной теме лекций, но и новые, существенно важные издания по курсу, вышедшие в свет после его публикации.

### **Рекомендации по подготовке отчетов о выполнении самостоятельной работы**

### Общие положения

Подготовка отчета о проделанной работе по самостоятельной работе является завершающим этапом изучения дисциплины.

В зависимости от полноты проведенного исследования, отчет может быть предварительный (промежуточный), либо окончательный. Окончательный отчет должен включать в себя необходимые данные из предварительного, промежуточного отчета

Отчет должен включать в себя необходимые данные по самостоятельной работе при изучении данной дисциплины.

Отчет должен содержать следующие составляющие:

1.Схема самостоятельной работы (что включает в себя в целом, на что направлена, в каких формах осуществляется).

2.Планирование времени при подготовке к семинарским занятиям, написанию рефератов по заданной теме, докладов.

3.Самостоятельная работа с литературой.

4.Подготовка к экзамену/зачету.

5.Заключение

6.Выводы

Самостоятельная работа является обязательной составляющей деятельности студента по изучению дисциплины. Самостоятельная работа направлена на более глубокое изучение отдельных тем дисциплины, систематизацию полученных знаний. Задания для самостоятельной работы по каждой из тем приведены в таблице.

В таблице так же указана трудоемкость самостоятельной работы по каждой из тем. Это – время, необходимое для выполнения всех заданий по теме студентом с хорошей успеваемостью и средним темпом работы. Время, затрачиваемое каждым конкретным студентом, может существенно отличаться от указанного. В связи с этим, планирование рабочего времени каждым студентом должно осуществляться самостоятельно. Однако можно выделить некоторые общие рекомендации.

Начинать самостоятельные занятия следует с начала семестра и проводить их регулярно. Не следует откладывать работу из-за «нерабочего настроения». Не следует пытаться выполнить всю самостоятельную работу за один день, накануне сдачи тетради на проверку. В большинстве случаев это просто физически невозможно. Гораздо более эффективным является распределение работы на несколько дней: это способствует более качественному выполнению заданий и лучшему усвоению материала.

Важно полнее учесть обстоятельства своей работы, уяснить, что является главным на данном этапе, какую последовательность работы выбрать, чтобы выполнить ее лучше и с наименьшими затратами времени и энергии. Для плодотворной работы немаловажное значение имеет обстановка, организация рабочего места. Место работы, по возможности, должно быть постоянным. Работа на привычном месте более плодотворна. Продуктивность работы зависит от правильного чередования труда и отдыха. Помните, что максимальная длительность устойчивости внимания – 45 минут. При появлении рассеянности прервите работу на 3 – 5 минут, но не покидайте рабочее место. Каждые 1.5 – 2 часа необходимо делать перерыв на 10-15 минут. Желательно сопровождать перерыв интенсивной физической активностью.

### Общий план самостоятельной работы студентов

№ п/п	№ раздела и темы дисциплины	Содержание темы	Трудоёмкость в часах
1	Имидж и его роль в деловой жизни Концептуальные модели корпоративного имиджа	конспектирование темы по вопросам; выполнение индивидуального домашнего задания; выполнение практических заданий для самостоятельной проработки студентами	5

2	Корпоративная репутация в системе имиджирования	выполнение тренировочных упражнений; выполнение реконструктивной самостоятельной работы; выполнение творческой самостоятельной работы	5
3	Основы технологии формирования внешнего имиджа фирмы	самостоятельное изучение темы; подготовка докладов, рефератов; подготовка раздаточного материала	5
4	Основы технологии формирования внутреннего имиджа фирмы Сохранение и защита позитивного имиджа организации	конспектирование темы по вопросам; выполнение индивидуального домашнего задания; выполнение практических заданий для самостоятельной проработки студентами	5
5	Персональный деловой имидж: структура, факторы	конспектирование темы по вопросам; выполнение индивидуального домашнего задания; выполнение практических заданий для самостоятельной проработки студентами	5
6	Самопознание - фундамент персонального имиджа	выполнение тренировочных упражнений; выполнение реконструктивной самостоятельной работы; выполнение творческой самостоятельной работы	5
7	Презентация образа с помощью одежды	самостоятельное изучение темы; подготовка докладов, рефератов; подготовка раздаточного материала	6
8	Кинетический и вербальный имидж. Выбор модели поведения	конспектирование темы по вопросам; выполнение индивидуального домашнего задания; выполнение практических заданий для самостоятельной проработки студентами	6
	Всего		42

#### 4. КОНТРОЛЬ ЗНАНИЙ

Текущий контроль успеваемости осуществляется по двум направлениям:

- 1) оценка устных ответов на практических занятиях по темам;
- 2) по факту выполнения студентом письменных работ, отдельных тренировочных элементов.

В качестве основных средств текущего контроля используется аудиторные и внеаудиторные письменные задания (самостоятельные и контрольные работы).

Для оценки самостоятельной работы предлагается использовать учебно-методическое обеспечение в электронном и бумажном виде. Тематика заданий для самостоятельной работы соответствует содержанию разделов дисциплины и относящихся к ним тем. Освоение материала контролируется в процессе проведения лекционных и практических занятий.

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля выбираются исходя из содержания разделов и относящихся к ним тем. Выполнение домашнего задания обеспечивает непрерывный контроль за процессом усвоения учебного материала каждого обучающегося, своевременное выявление и устранение отставаний и ошибок

### **Промежуточный контроль**

Промежуточный контроль знаний студентов проводится в виде контрольного тестирования по дисциплине с учетом текущей успеваемости студентов на практических и других занятиях каждому разделу курса.

В качестве дополнительной формы промежуточного контроля предлагаются аудиторные и внеаудиторные письменные задания (самостоятельные и контрольные работы).

Контрольные вопросы и задания для проведения промежуточного контроля выбираются исходя из содержания разделов и относящихся к ним тем. Выполнение домашнего задания обеспечивает непрерывный контроль за процессом усвоения учебного материала каждого обучающегося, своевременное выявление и устранение отставаний и ошибок.

## **4.2. Итоговый контроль осуществляется в форме зачета (9 семестр)**

### **Материалы для проверки знаний**

#### **Примерные вопросы для промежуточного контроля, самопроверки и повторения**

1. Определения имиджа.
2. Разновидности имиджа.
3. Значение имиджа и имиджирования в деловой жизни.
4. Формы декларирования корпоративной философии.
5. Миссия и принципы деятельности организации как часть декларируемой философии.
6. Ценности организации как часть декларируемой философии.
7. Цели организации и их отношение к корпоративной философии.
8. Требования к формулировке целей в процессе имиджирования.
9. Атрибуты внешнего имиджа.
10. Документация и канцелярские принадлежности как элемент внешней атрибутики организации.
11. Название, логотип и фирменная шрифтовая надпись как элементы внешней атрибутики имиджа организации.
12. Общественная деятельность как элемент внешнего имиджирования.
13. Пропаганда положительного образа предприятия.

14. Целенаправленное управление внутренней коммуникацией в целях создания внутреннего имиджа.

15. Обучение и консультирование в системе внутреннего имиджирования.

16. Программы поощрения в системе внутреннего имиджирования.

17. Элементы внутреннего имиджирования.

18. Традиционная модель корпоративного имиджа.

19. Современная модель корпоративного имиджа.

20. Основные отличительные характеристики традиционной и современной модели имиджирования.

21. Корпоративная идентичность и корпоративный имидж в традиционной и современной модели имиджирования.

22. Уточняющие определения имиджа на основе современной модели имиджирования.

23. Уровни разработанности имиджа.

24. Методика эмпирической проверки современной модели имиджирования.

25. Инструментарий проверки мультифакторности формирования имиджа.

26. Инструментарий проверки модели составного имиджа.

27. Четыре подхода к формированию имиджа по критерию центрального звена коммуникации.

### **Примерные вопросы к зачету**

1. Определение и концептуальные характеристики имиджа.

2. Классификации разновидностей имиджа

3. Значение имиджа и имиджирования в деловой жизни.

4. Философия организации: определение, структура, функции.

5. Рекомендации по разработке декларации корпоративной философии.

6. Миссия и принципы деятельности организации как часть корпоративной философии.

7. Ценности организации как часть корпоративной философии.

8. Цели организации и их отношение к корпоративной философии.

9. Компоненты внешнего имиджа организации.

10. Способы и средства внешнего имиджирования в организации.

11. Способы и средства внутреннего имиджирования в организации.

12. Сохранение и защита внутреннего имиджирования в организации.

13. Традиционная модель корпоративного имиджа.

14. Современная модель корпоративного имиджа.

15. Школы и подходы в исследованиях взаимосвязи имиджа и репутации.

16. Факторы репутации.

17. Измерение репутации.

18. Управление имиджем организации и управление брендом: подходы «сверху вниз» и «снизу вверх».

19. Подходы к определению бренда и его разновидностей.

20. Бренд-ДНК.

21. Измерение бренда. Имя бренда.

22. Дайте анализ декларации философии компании N.

### **Критерии оценки знаний по дисциплине**

Оценка степени усвоения обучающимися знаний в соответствии с требованиями программы осуществляется в пятом семестре в виде «зачтено» - «незачтено».

Зачет по курсу ставится, если студент знает основной материал по данному курсу, демонстрирует понимание изученного, умеет применять знания с целью решения практических задач.

«Незачтено» по курсу ставится, если студент демонстрирует отсутствие понимания изученного, отсутствие самостоятельности суждений, отсутствие убежденности в излагаемом материале, отсутствие систематизации и глубины знаний.

### **Методические разъяснения студенту по содержанию текущего и промежуточного контроля.**

**Контроль** – это проверка качества усвоения учебного материала, установление обратной связи между преподавателем и студентами.

Программа дисциплины включает два вида контроля знаний студентов:

1. контроль промежуточных результатов усвоения;
2. итоговый контроль

**Промежуточный контроль** не имеет формальных ограничений. Он осуществляется по замыслу преподавателя и является его творчеством. Промежуточный контроль осуществляется в повседневной работе с целью проверки усвоения предыдущего материала и выявления пробелов в знаниях студентов.

Промежуточный контроль результатов усвоения может проводиться в следующих формах:

Устный индивидуальный контроль

Студенту предлагается ответить на вопросы, предлагаемые к разбираемому семинару.

Тестовые задания

На занятии студентам предлагается ответить на вопросы теста по пройденной теме прошлого занятия.

Терминологический диктант.

На занятии студентам предлагается написать определения терминов, изученных на занятии.

Коллоквиум.

Текущий контроль качества и степени усвоения знаний проводится в виде обсуждения результатов выполнения самостоятельно подготовленных студентами домашних заданий (рефератов). Работа проводится или индивидуально, или в подгруппах.

Проверка конспектов.

Контрольная работа

Проводится в рамках полусеместровой аттестации; включает в себя ряд пройденных тем, обговариваемых перед контрольной работой; проводится в письменной форме в виде теста.

**Итоговый контроль** – это проверка конечного результата. К такому виду контроля относятся семестровые или курсовые зачеты и экзамены.

**Зачет** проводится после окончания темы или раздела. Его основные функции – обучающая и контрольная. Поэтому вопросы к зачету должны быть максимально дробными, чтобы студенты не упустили ни одного элемента знаний. В процессе прохождения зачета преподаватель уточняет знания студентов, обучает их.

Формы зачета:

1) традиционная – вопрос – ответная (индивидуальная):

опрос – интервью (по тезаурусу или вопросам, предполагающим краткий ответ) в присутствии всей группы по очереди;

2) мозговой штурм – групповая форма.

Группа разбивается на подгруппы по 3-5 человек. Каждой группе дается карточка из 5-7 вопросов проблемного характера. Предлагается обсудить вопросы с использованием любых источников (лекции, учебники, монографии...)

Завершается зачет беседой группы с преподавателем, где преподаватель уточняет правильность ответов и качество усвоения каждым. Если студент показывает низкий уровень знаний, то он отправляется для работы в следующую пятерку;

3) письменный отчет по материалам исследовательских заданий

4) реферирование и конспектирование литературы;

5) контрольная домашняя работа – письменный вариант зачета (состоит из ответов на вопросы заданий, методического аппарата и плана исследования на тему, теста учебных достижений);

6) компьютерное тестирование – итоговый зачет по всему курсу учебной дисциплины.

## **5. ИНТЕРАКТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ**

### **. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

1. Лекция-беседа.
2. Лекция-дискуссия.
3. Микрогруппы.
4. Деловые игры.
5. Имитационный тренинг.
6. Игровое проектирование.
7. Компьютерные технологии.

Программы организуются с преобладанием активных методов обучения, среди которых метод кейс-ситуаций, проектный метод и др. Содержание курса представлено в проблемных лекциях с демонстрационной мультимедийной поддержкой и осваивается во время проведения групповых аудиторных занятий и внеаудиторной самостоятельной работы студентов. Технологические элементы программы предусматривают анализ ситуационных задач, деловые и ролевые игры на семинарских занятиях, написание и защиту эссе, доклады и дискуссии.