

Документ подписан квалифицированной электронной подписью

Сертификат: 023E519200DAAC0FAC4E8826E4F1A085BE

Владелец: АНО ВО «РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», АН

Действителен с 29.02.2021 по 29.02.2022

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(АНО ВО «РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»)**

**КАМЕНСКИЙ ФИЛИАЛ
АНО ВО «РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Кафедра экономики и менеджмента

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Имиджелогия»

по подготовке бакалавров

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль): Менеджмент организации
форма обучения заочная

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры экономики и менеджмента «01» сентября 2017 года, протокол № 1



Заведующий кафедрой
к.ф.н., доцент Николаева Л.Ю.

2017

РАЗДЕЛ 1. НАИМЕНОВАНИЕ И ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.

Цель дисциплины учебной дисциплины. Целями освоения дисциплины «Имиджелогия» является освоение базовых приёмов и техник создания имиджей разных уровней. Имиджелогия (русская версия научного толкования имиджа) определяет свой предмет как «эстетически продуманную форму выражения личного достоинства человека или привлекательной репутации конкретного социума... Имидж – это то, посредством чего наилучшим образом проявляется положительный ресурс личности, формального или неформального людского объединения» (В.М. Шепель).

В рамках курса рассматривается социально-психологическая природа имиджа, акцентируется внимание на отличие созданного имиджа от индивидуального образа (субъекта, предмета, явления). Особое внимание уделяется практической направленности курса, умению эстетического общения, пониманию чувства прекрасного.

Для создания у студентов целостной картины возникновения имиджа и работы по его поддержанию и улучшению, необходимо решение следующих задач:

- познакомить студентов с понятийным аппаратом курса, ввести и разъяснить необходимые термины;
- представить типологию потребностей и ценностей целевых аудиторий, показать взаимосвязь между типами целевых аудиторий, их ценностями и имиджевыми ожиданиями;
- рассмотреть модели, структуру и инструментарий процесса формирования имиджа;
- определить особенности имиджевого воздействия на массовое сознание;
- показать и закрепить различные методики анализа уже сформированного имиджа, сложившегося у субъектов социальных процессов.

РАЗДЕЛ 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП БАКАЛАВРИАТА

Учебная дисциплина предназначена для обучающихся по ОП направления 38.03.02 «Менеджмент», квалификация – «бакалавр».

Курс «Имиджелогия» входит в состав вариативной части дисциплин и является дисциплиной по выбору.

Освоению дисциплины предшествуют: «Русский язык и культура речи», «Психология делового общения», «Этика», «Теория организации», «Введения в профессию», «Организационное поведение» и др.

Параллельно с указанной дисциплиной обучающийся изучает «Лидерство и управление карьерой», «Управление организационной культурой», «Логика и методология научных исследований», «Культурология», «Управление персоналом организации».

Знания, полученные при изучении дисциплины «Имиджелогия», являются базовыми при изучении обучающимися таких дисциплин, как «Правовые основы управленческой деятельности», «Корпоративная социальная ответственность», «Управление интеллектуальной собственностью», «Антикризисное управление», «Основы маркетинговых коммуникаций» и др.

Изучение дисциплины направлено не только на углубление и расширение теоретической подготовки обучающихся, но и имеет ярко выраженную практическую направленность, и расширяет и углубляет ранее полученные знания по дисциплинам гуманитарного, социального и экономических циклов.

Курс «Имиджелогия» дает возможность будущим менеджерам получить базовые знания в различных сферах жизни общества (экономика, политика, право, культура, экология, наука, образование, здравоохранение), которые являются объектом освещения в СМИ и с которыми связано тематическое содержание публикаций.

РАЗДЕЛ 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОП

В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны обладать следующей компетенцией:

- умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12).

Вид компетенции	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся		
	Должны знать	уметь	владеть
Обучающиеся должны обладать способностью и готовностью к:			
<i>Профессиональная компетенция - ПК-12</i>			
Умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)	Знать: структуру и типы имиджа; модели массовой коммуникации и фильтры восприятия; технику и технологию процесса убеждения; специфику работы с массовой аудиторией и различными информационными каналами; последовательность работы консультанта по имиджу; специфику работы с уже сформированным имиджем; технологии «отстройки» от имиджа конкурентов и защиты имиджа от контрпропаганды; приемы работы с командой «заказчика»	Уметь: анализировать потребности целевой аудитории и заказчика; заказывать и проводить необходимые социологические исследования; выстраивать необходимые информационные каналы; корректировать поведение и стиль речи заказчика; системно конструировать требуемый имидж и управлять им.	Владеть: теоретическим и знаниями курса при реализации специальных технологий создания необходимого образа.

РАЗДЕЛ 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ, С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Дисциплина предполагает изучение восьми содержательно и логически взаимосвязанных тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

Изучение дисциплины завершается зачётом.

Объем дисциплины и виды учебной работы.

№ п/п	Форма обучения	Семестр	Общая трудоемкость		В том числе контактная работа с преподавателем			Сам. работа	Промеж. Аттестация
			В з.е.	В часах	Всего	Лекции	ПЗ		
1.	Заочная	5,6	3	108	8	4	4	96	4

Распределение учебного времени по темам и видам учебных занятий

№	Наименование разделов, тем учебных занятий	Всего часов	Контактная работа с преподавателем				Из них с использованием интерактив, технологий	Самост. работа	Результаты обучения
			Всего	лекции	практ. занят.	промеж. аттест.			
1	Введение в имиджелогию. Имиджелогия: цели, задачи, сущностные особенности. Имидж как социально-психологический феномен.	26	2	2		1		23	ПК-12 – 3.1
2	Основные принципы и подходы в создании и преобразовании имиджей. Я-концепция личности в имидже.	26	2	2		1		23	ПК-12 – У.1
3	Технологии и инструменты имиджирования. Создание внешнего облика. Габитарный имидж.	28	2		2	1		25	ПК-12 – В.1
4	Кинетический имидж. Вербальный имидж. Искусство самопрезентации.	28	2		2	1		25	ПК-12 – 3.2
Зачёт									
Всего по дисциплине		108	8	4	4	4	0	96	

РАЗДЕЛ 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ

Тема 1. Введение в имиджелогию. Имиджелогия: цели, задачи, сущностные особенности

Имидж как социально-психологический феномен.

Закономерности восприятия и понимания человеком объектов и явлений социальной действительности. Понятие эмоционального и рационального восприятия. Значение первого впечатления.

Понятие «социальный стереотип» и «стереотипное восприятие».

Структура, виды, типы, свойства и функции имиджа.

Литература: основная 1-2, дополнительная 1-6.

Тема 2. Основные принципы и подходы в создании и преобразовании имиджей. Я-концепция личности в имидже

Основные принципы и подходы в создании и преобразовании. Закономерности восприятия и понимания человеком объектов и явлений социальной действительности.

Понятие эмоционального и рационального восприятия. Значение первого впечатления.

Понятие «социальный стереотип» и «стереотипное восприятие». Структура, виды, типы, свойства и функции имиджа.

Я-концепция личности в имидже. Личность и ее социализация. Понятие Я-концепции. Основные составляющие Я-концепции. Влияние самооценки на Я-концепцию.

Имидж как средство самовыражения личности.

Литература: основная 1-2, дополнительная 1-6.

Тема 3. Технологии и инструменты имиджирования. Создание внешнего облика. Габитарный имидж

Технологии и инструменты имиджирования. Алгоритм формирования и преобразования имиджа: объективные и субъективные условия продуктивности. Имиджмейкинг: инструментарий и технологии. Понятие архетипа. Социальный стереотип. Роль мифа в создании имиджа. Создание внешнего облика.

Габитарный имидж. Сравнительная характеристика понятий «имидж» и «стиль». Психологическая теория цветовой гармонии. Функции языка одежды. Диагностика личности по одежде.

Литература: основная 1-2, дополнительная 1-6.

Тема 4. Кинетический имидж Вербальный имидж. Искусство самопрезентации.

Кинетический имидж. Значение кинетического имиджа. Вербальный имидж. Условия эффективности вербального имиджа. Структура вербального имиджа. Вербальный интеллект. Основные характеристики речи: содержание, паралингвистические приемы. Ритм, темп, модуляция.

Искусство самопрезентации. Визуальные и аудиальные средства самопрезентации. Индивидуальные свойства и задатки, гендерные особенности в самопрезентации. Условия и факторы эффективной самопрезентации. Приемы эффективной самопрезентации.

Литература: основная 1-2, дополнительная 1-6.

Планы практических занятий и задания к ним

Практическое занятие 1. Технологии и инструменты имиджирования. Создание внешнего облика. Габитарный имидж

Вопросы для обсуждения:

1. Технологии и инструменты имиджирования.
2. Алгоритм формирования и преобразования имиджа: объективные и субъективные условия продуктивности.
3. Имиджмейкинг: инструментарий и технологии.
4. Понятие архетипа.
5. Социальный стереотип.
6. Роль мифа в создании имиджа.
7. Создание внешнего облика.
8. Габитарный имидж.
9. Сравнительная характеристика понятий «имидж» и «стиль».
10. Психологическая теория цветовой гармонии.
11. Функции языка одежды.
12. Диагностика личности по одежде.

Литература: основная 1-2, дополнительная 1-6.

Практическое занятие 2. Кинетический имидж Вербальный имидж. Искусство самопрезентации.

Вопросы для обсуждения:

1. Кинетический имидж.
2. Значение кинетического имиджа.
3. Вербальный имидж.

4. Условия эффективности вербального имиджа.
5. Структура вербального имиджа.
6. Вербальный интеллект.
7. Основные характеристики речи: содержание, паралингвистические приемы.
8. Ритм, темп, модуляция.
9. Искусство самопрезентации.
10. Визуальные и аудиальные средства самопрезентации.
11. Индивидуальные свойства и задатки, гендерные особенности в самопрезентации.
12. Условия и факторы эффективной самопрезентации.
13. Приемы эффективной самопрезентации.

Литература: основная 1-2, дополнительная 1-6.

РАЗДЕЛ 6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Обучающиеся, изучающие учебную дисциплину, должны проявлять целеустремленность, старание, добросовестность и т.д. по овладению представлениями о взаимном влиянии людей в ситуациях взаимодействия в деятельности, а так же в ситуациях общения.

В период самостоятельной работы по освоению дисциплины обучающиеся по каждой теме учебно-тематического плана должны:

- изучать тексты учебников и учебных пособий;
- строить структурно-логические схемы изученного учебного материала;
- работать со словарями и справочниками;
- изучать учебные пособия из электронных библиотек (библиотека КИС «РосНОУ», ЭБС IPR books);
- просматривать видео-лекцию;
- готовить доклады и сообщения к семинарскому или практическому занятию;
- решать учебно-профессиональные задачи к практическому занятию;
- выполнять знаково-символические модели изучаемых явлений и готовить пояснения к ним;
- готовятся к деловым играм и тренингам;
- готовить материалы к «интеллектуальным разминкам» и «мозговым штурмам».

Самостоятельная работа включает:

- Перечень задач и упражнений для самостоятельной работы
- Перечень тем для проведения обучающимися локальных исследований в рамках учебной дисциплины
- Перечень тем докладов
- Перечень вопросов для повторения обучающимися изученного учебного материала по учебной дисциплине.

Тестовые задания

1. Имидж в переводе с английского языка означает:

- а) впечатление;
- б) образ;
- в) оценка.

2. Носителем имиджа является:

- а) фирма, организация;
- б) люди, лидеры общественного мнения;
- в) а) и б).

3. Типизация – это:
 - а) обобщенное представление о чем-либо;
 - б) целенаправленно-сформированный образ чего-либо и кого-либо;
 - в) явление повседневной практики общения, сводящиеся к упрощенным типам.
4. Когда имиджирование стало самостоятельным предметом?
 - а) в начале 1980 – х гг.
 - б) с конца 1990 – х гг.
 - в) с конца 1950 – х гг.
5. Как называется специалист по созданию имиджа?
 - а) специалист по имиджу;
 - б) имиджмейкер;
 - в) носитель имиджа.
6. Источником имиджформирующей информации являются:
 - а) имиджмейкер;
 - б) индукторы;
 - в) реципиенты.
7. Термины «имидж», «репутация», «идентичность», «организационная культура» являются:
 - а) синонимами;
 - б) четко взаимосвязанными понятиями;
 - в) не являются взаимосвязанными между собой и изучаются различными науками.
8. По признаку воспринимаемой аудитории различают:
 - а) социальный, управленческий, научный, обобщенный имиджи;
 - б) внешний и внутренний имиджи организации;
 - в) имидж организации в целом и имиджи отдельных подразделений.
9. По функционально-технологическому признаку выделяют следующие разновидности имиджа:
 - а) желаемый и воспринимаемый, социо-ситуативный и постоянный;
 - б) самоимидж и внешний имидж личности;
 - в) обобщенный, функциональный, контекстный.
10. К внутренним факторам, зависимым от носителя имиджа относятся:
 - а) общие физические данные, мимика, среда обитания;
 - б) коммуникабельность, уровень нравственности;
 - в) сфера интересов, уровень образования;
 - г) а) и б).

Перечень тем для проведения обучающимися локальных исследований в рамках учебной дисциплины

1. Что такое имидж с точки зрения социальной психологии?
2. Охарактеризуйте понятия: «образ», «репутация», «авторитет».
3. Равнозначны ли понятия «имиджелогия» и «психология формирования имиджа».
4. Что такое имиджелогия? Чем она отличается от психологии имиджа?
5. Что такое имидж с точки зрения имиджелогии?
6. Я – концепция и имидж – охарактеризуйте понятия.
7. Что такое феномен предрасположенности в пользу собственного Я?
8. Что такое самопрезентация?
9. Объясните понятие: «периферический ключевой стимул»?
10. Чем обусловлена множественность имиджей?
11. Перечислите прикладные направления исследования имиджа. Приведите примеры исследований.
12. Опишите функции личного (персонального) имиджа?

13. Дайте определение групповому имиджу.
14. Сравните корпоративный имидж с другими типами имиджа. Что общего и в чём различия между ними?
15. Из чего складывается корпоративная культура организации?

Перечень вопросов для повторения обучающимися изученного учебного материала по учебной дисциплине

1. Определение понятия имиджологии, образа, облика. Имидж и маска.
2. Компоненты имиджа личности.
3. Основные условия формирования имиджа.
4. Имидж как одаренность. "Я- концепция".
5. Имидж-эффект. Имидж и символ. Разновидности имиджа.
6. Приоритетные функции имиджа (ценностные, технологические).
7. Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа.
8. Роль механизмов социально-психологического влияния в процессе формирования имиджа.
9. Этические проблемы деятельности имиджмейкера по формированию имиджа клиента.
10. Формирование имиджа как субъект - субъектное взаимодействие.
11. Формирование имиджа как создание социальной реальности в сознании людей.
12. Общественное мнение общественное сознание.
13. Когнитивные процессы в основе формирования имиджа.
14. Социальные стереотипы и установки.
15. Формирование имиджа в среде массовой коммуникации.
16. Роль средств массовой информации в формировании социальной реальности.
17. Методы преподавания имиджологии как учебного предмета.
18. Технология имиджирования: позиционное представление презентации.
19. Стратегии и тактики построения имиджа. Виды имиджирующей информации.
20. Направления использования формирования имиджа (оказание индивидуальных услуг, VIP, участие в рекламной деятельности, работа в системе связей с общественностью, политическое консультирование).
21. Стихийность и целенаправленность в формировании имиджа.
22. Характеристика этапов формирования имиджа: изучение объекта, оценка аудитории, коррекция характеристик объекта, символизация, позиционирование, презентация имиджа.

Темы рефератов

1. Истоки зарождения, предпосылки развития и теоретико-прикладное назначение имиджологии.
2. Тенденции и перспективы развития имиджологии в России.
3. Место имиджологии в современной юридической практике.
4. Имиджология в системе научных знаний.
5. Понятие имиджа как явления и средства воздействия.
6. Имидж как психологическая PR — категория.
7. Социальная перцепция: механизмы и закономерности.
8. Ценность позитивного имиджа в современном деловом мире.
9. Типология и виды имиджа.
10. Свойства и функции имиджа.
11. Связь имиджа, мифа, архетипа и стереотипа.
12. Идея имиджа как публичного или внешнего «Я».
13. Вербальный и невербальный имидж как составляющие целостного образа.
14. Механизмы фасцинации и аттракции в формировании имиджа.

15. Визуальные характеристики имиджа. Физиогномика. Фейсбилдинг.
16. Кинесика. Искусство жеста.
17. Социально-ролевое назначение одежды. Информативный и культурный потенциал одежды. Украшения и аксессуары.
18. Речь и ее значение в создании эффективного имиджа.
19. Самопрезентация: понятие, цель, мотивы.
20. Технология самопрезентации.
21. Первое впечатление и его значение: факторы, определяющие первое впечатление.
22. Эффекты первого впечатления.
23. Имиджмейкинг как профессиональная деятельность.
24. Принципы и подходы в имиджмейкинге
25. «Секреты» и слагаемые обаяния. Харизматическая личность.
26. Базовые структурные модели и основные подходы к созданию имиджа организации.
27. Понятие и значение эффективного имиджа организации.
28. Имидж лидера: основные черты и особенности формирования и корректировки.
29. Самопрезентация в этикете.
30. Культура внешнего облика менеджера.

РАЗДЕЛ 7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Процедура и методика контроля успеваемости и оценивания результатов освоения программы дисциплины

Перечень компетенций, формируемых в процессе изучения дисциплины

Рабочей программой предусмотрено формирование следующей компетенции:

- умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12).

Этапы формирования компетенций в процессе изучения дисциплины

Конечными результатами освоения программы освоения дисциплины являются сформированные на первом уровне когнитивные дескрипторы «знать», «уметь», «владеть», расписанные по отдельным компетенциям. Формирование этих дескрипторов у обучающихся происходит по этапам в рамках различного вида занятий и самостоятельной работы.

Формирование компетенций в учебном процессе у обучающихся

Код компетенции	Наименование темы дисциплины	Учебные действия обучающихся, которые контролируются и оцениваются преподавателем на семинарах и практических занятиях
ПК-12	Введение в имиджологию. Имиджология: цели, задачи, сущностные особенности. Имидж как социально-психологический феномен.	Учебное действие (выступление с докладом, рефератом, по обсуждаемой проблеме) обучающихся на практическом занятии.
ПК-12	Основные принципы и подходы в создании и преобразовании имиджей. Я-	Учебное действие (выступление с докладом, рефератом, по обсуждаемой проблеме) обучающихся на практическом занятии. Решение практических

	концепция личности в имидже.	(учебно-профессиональных) задач.
ПК-12	Технологии и инструменты имиджирования. Создание внешнего облика. Габитарный имидж.	Решение практических (учебно-профессиональных) задач. Учебные действия в период проведения тренингов.
ПК-12	Кинетический имидж Вербальный имидж. Искусство самопрезентации.	Решение практических (учебно-профессиональных) задач. Моделирование ситуаций разработки имиджа на практическом занятии.

Оценивание результатов формирования компетенций в рамках дисциплины у обучающихся заочной формы обучения осуществляется по регламентам текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль в семестре проводится с целью обеспечения своевременной обратной связи, для коррекции обучения, активизации самостоятельной работы обучающихся. Результаты текущего контроля подводятся по шкале балльно-рейтинговой системы.

Текущий контроль осуществляется в течение семестра.

Промежуточная аттестация предназначена для объективного подтверждения и оценивания достигнутых результатов обучения после завершения изучения дисциплины. Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачёта.

Зачёт для обучающихся заочной формы обучения проводится в виде аудиторного опроса по предложенным билетам. Зачёт проводится в зачетную неделю по графику экзаменационной сессии.

Процедура проведения оценочных мероприятий имеет следующий вид:

А) Текущий контроль.

- В конце каждой лекции или практического занятия обучающимся выдаются задания для внеаудиторного выполнения по соответствующей теме.
- Срок выполнения задания устанавливается по расписанию занятий (к очередной лекции или практическому занятию).
- Обучающимся, пропускающим занятия, выдаются дополнительные задания – представить конспект пропущенного занятия, написанный «от руки» с последующим собеседованием по теме занятия.
- Подведение итогов контроля проводится по графику проведения текущего контроля.
- Результаты оценки успеваемости заносятся в рейтинговую ведомость и доводятся до сведения обучающихся.
- Обучающимся, не получившим зачетное количество баллов по текущему контролю выдается дополнительные задания на зачетном занятии в промежуточную аттестацию.

Б1) Промежуточная аттестация для обучающихся заочной формы обучения.

- Зачетное занятие проводится по расписанию сессии.
- Форма проведения занятия – письменная контрольная работа.
- Вид контроля – фронтальный.
- Требование к содержанию контрольной работы – дать краткий ответ на поставленный вопрос (задание).
- Количество вопросов в зачетном задании – 2.
- Итоговая оценка определяется как сумма оценок, полученных в текущей аттестации и по результатам написания контрольной работы.
- Проверка ответов и объявление результатов производится в день написания контрольной работы.

Результаты аттестации заносятся в экзаменационно-зачетную ведомость и зачетную книжку обучающегося (при получении зачета/оценки на экзамене).

Обучающиеся, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

При первой попытке ликвидации задолженности, во время зачетной недели или в течение сессии, обучающемуся выдаются все задания по текущему контролю и промежуточной аттестации, по которым он не смог набрать зачетное количество баллов.

При ликвидации задолженности после сессии обучающемуся выдаются для выполнения все задания по текущему контролю, кроме аналитического обзора, если он выполнен ранее, и вопросы зачетного занятия промежуточной аттестации, включая дополнительные вопросы по теме аналитического обзора.

Перечень компетенций ПК и соответствующие им когнитивные содержательные дескрипторы, уровень освоения которых должен быть оценен. Критерии оценки

Содержание компетенций	Результаты обучения
ПК-12 умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)	Знать теоретические основы имиджологии; алгоритмы формирования эффективного имиджа (персонального, корпоративного, территориального); теоретические и прикладные аспекты разработки и поддержания имиджа; понимать роль культуры мышления в построении профессионального имиджа современного руководителя. Уметь анализировать имидж субъектов разного типа; конструировать имидж с помощью инструментария имиджологии и имиджмейкинга; работать с научной литературой, вести дискуссию по проблемам формирования имиджа, производства и развития корпоративных брендов в системе учреждений образования, культуры и социальной сферы; применять достижения гуманитарных, социальных и экономических наук для разработки имиджевой проблематики и решения профильных профессиональных задач современного менеджмента. Владеть навыками использования имидж-формирующей информации для конструирования персонального имиджа личности и корпоративного имиджа; владеть навыками самопрезентации для повышения управленческой эффективности и профессионального саморазвития.

Критерии оценки учебных действий обучающихся (выступление с докладом, рефератом, по обсуждаемому вопросу) обучающихся на семинарах.

Оценка	Характеристики ответа обучающегося на БАЗОВОМ УРОВНЕ	Характеристики ответа обучающегося на ПОВЫШЕННОМ УРОВНЕ
Отлично	- обучающийся глубоко и всесторонне усвоил проблему; - последовательно и грамотно его излагает; - опираясь на знания основной и дополнительной литературы, обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи; - делает выводы и обобщения; - свободно владеет финансовыми понятиями.	- обучающийся глубоко и всесторонне усвоил проблему, учитывал положения законодательства и финансовых показателей; - уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; - опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью; - умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи; - делает квалифицированные выводы и обобщения;

		- владеть на высококвалифицированном уровне системой финансовых понятий.
Хорошо	- обучающийся твердо усвоил тему, по существу излагает ее, опираясь на знания основной литературы; - не допускает существенных неточностей; - делает выводы и обобщения; - владеет системой финансовых понятий.	- обучающийся твердо усвоил тему, грамотно и по существу излагает ее, опираясь на знания основной и дополнительной литературы; - не допускает существенных неточностей в анализе проблем; - увязывает усвоенные знания с практической деятельностью; - аргументирует научные положения; - делает квалифицированные выводы и обобщения; - владеть на высококвалифицированном уровне системой финансовых понятий.
Удовлетворительно	- тема раскрыта недостаточно четко и полно, то есть обучающийся освоил проблему, по существу излагает ее, опираясь на знания только основной литературы; - допускает несущественные ошибки и неточности; - затрудняется в формулировании выводов и обобщений; - частично владеет системой финансовых понятий.	- тема раскрыта недостаточно четко и полно, то есть обучающийся освоил проблему, по существу излагает ее, опираясь на знания только основной и дополнительной литературы; - допускает несущественные ошибки и неточности в анализе проблем; - испытывает затруднения в практическом применении финансовых знаний; - слабо аргументирует научные положения; - затрудняется в формулировании выводов и обобщений; - частично владеет на высококвалифицированном уровне системой финансовых понятий.
Неудовлетворительно	- обучающийся не усвоил значительной части проблемы; - допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении ее; - не формулирует выводов и обобщений; - не владеет системой финансовых понятий.	- обучающийся не усвоил значительной части проблемы; - допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении ее; - испытывает трудности в практическом применении знаний; - не может аргументировать научные положения; - не формулирует квалифицированных выводов и обобщений; - не владеет на высококвалифицированном уровне системой финансовых понятий.

Критерии оценки учебных действий обучающихся по решению учебно-профессиональных задач на практических занятиях.

Оценка	Характеристики ответа обучающегося на БАЗОВОМ УРОВНЕ	Характеристики ответа обучающегося на ПОВЫШЕННОМ УРОВНЕ
Отлично	обучающийся самостоятельно и правильно решил учебно-профессиональную задачу или задание	обучающийся самостоятельно и правильно решил учебно-профессиональную задачу или задание, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагал свое решение, используя юридические понятия, ссылаясь на нормативно-правовую базу.
Хорошо	обучающийся самостоятельно и в основном правильно решил учебно-профессиональную задачу или задание	обучающийся самостоятельно и в основном правильно решил учебно-профессиональную задачу или задание, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагал свое решение, используя финансовые понятия.
Удовлет	обучающийся в основном решил	обучающийся в основном решил учебно-профессиональную

ворител ьно	учебно-профессиональную задачу или задание, допустил несущественные ошибки	задачу или задание, допустил несущественные ошибки, слабо аргументировал свое решение, используя в основном финансовые понятия.
Неудовл етворите льно	обучающийся не решил учебно-профессиональную задачу или задание.	обучающийся не решил учебно-профессиональную задачу или задание.

Критерии оценки учебных действий обучающихся по решению задач и по созданию моделей изучаемых явлений

Оценка	Характеристики ответа обучающегося а на БАЗОВОМ УРОВНЕ	Характеристики ответа обучающегося на ПОВЫШЕННОМ УРОВНЕ
Отлично	обучающийся самостоятельно и правильно построил модель изучаемого предмета, уверенно и аргументировано обосновывал ее, используя финансовые понятия.	даны исчерпывающие и обоснованные ответы на в соответствии с построенной моделью изучаемого предмета (с использованием рациональных методик).
Хорошо	обучающийся самостоятельно и в основном правильно построил модель изучаемого предмета, уверенно и аргументировано обосновывал ее, используя финансовые понятия.	даны полные, достаточно обоснованные ответы в соответствии с построенной моделью изучаемого предмета (с использованием рациональных методик).
Удовлетво рительно	обучающийся в основном правильно построил модель изучаемого предмета, допустил несущественные ошибки, слабо аргументировал свое решение, используя в основном финансовые понятия.	даны в основном правильные ответы в соответствии с построенной моделью изучаемого предмета, но без должной глубины и обоснования, при решении практических задач обучающийся использовал прежний опыт, на уточняющие вопросы даны правильные ответы; при ответах не выделялось главное; ответы были многословными, нечеткими и без должной логической последовательности; на отдельные дополнительные вопросы не даны положительные ответы.
Неудовлетв орительно	обучающийся не построил модель изучаемого предмета.	не выполнены требования, предъявляемые к знаниям, оцениваемым "удовлетворительно".

Критерии оценки учебных действий обучающихся по овладению первичными навыками при проведении деловых игр и тренингов.

Оценка	Характеристики ответа обучающегося на БАЗОВОМ УРОВНЕ	Характеристики ответа обучающегося на ПОВЫШЕННОМ УРОВНЕ
Отлично	даны исчерпывающие и обоснованные ответы на все поставленные вопросы, правильно и рационально (с использованием рациональных методик) решены практические задачи.	даны исчерпывающие и обоснованные ответы на все поставленные вопросы, правильно и рационально (с использованием рациональных методик) решены практические задачи; при ответах выделялось главное, все теоретические положения умело увязывались с требованиями руководящих документов; ответы были четкими и краткими, а мысли излагались в логической последовательности; показано умение самостоятельно анализировать факты, события, явления, процессы в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
Хорошо	даны полные, достаточно обоснованные ответы на	даны полные, достаточно обоснованные ответы на поставленные вопросы, правильно решены практические

	поставленные вопросы, правильно решены практические задания; при ответах не всегда выделялось главное	задания; при ответах не всегда выделялось главное, отдельные положения недостаточно уязвлялись с требованиями руководящих документов, при решении практических задач не всегда использовались рациональные методики расчётов; ответы в основном были краткими, но не всегда четкими.
Удовлетворительно	даны в основном правильные ответы на все поставленные вопросы, но без должной глубины и обоснования	даны в основном правильные ответы на все поставленные вопросы, но без должной глубины и обоснования, при решении практических задач обучающийся использовал прежний опыт, на уточняющие вопросы даны правильные ответы; при ответах не выделялось главное; ответы были многословными, нечеткими и без должной логической последовательности; на отдельные дополнительные вопросы не даны положительные ответы.
Неудовлетворительно	не выполнены требования, предъявляемые к знаниям, оцениваемым "удовлетворительно".	не выполнены требования, предъявляемые к знаниям, оцениваемым "удовлетворительно".

Перечень вопросов обучающимся для подготовки к зачёту по учебной дисциплине

1. Предмет и законы имиджологии.
2. Имидж и символ.
3. Условия возникновения и трансформации значения имиджа в постиндустриальной культуре.
4. Инструментарий имиджологии: средства создания имиджа.
5. Вербальный и невербальный имиджи личности.
6. Роль телесности в конструировании персонального имиджа.
7. Мода и индивидуальность.
8. Имидж-эффект и проблемы коммуникации.
9. Классификация имиджей.
10. Функциональный аспект имиджа. Функции персонального имиджа. Функции имиджа организации.
11. Имидж как объект моделирования. Алгоритм формирования имиджа.
12. Соотношение имиджмейкинга и PR в разработке и поддержании имиджа: теоретический и прикладной аспекты.
13. Персональный имидж: роль саморефлексии и самовоспитания. Место «Я-концепции» в характеристике индивидуального имиджа.
14. Структура персонального имиджа.
15. Способы продвижения личного имиджа и технологии управления.
16. Персональный имидж и индивидуальный стиль: общее и особенное.
17. Элементы корпоративного имиджа. Соотношение корпоративной культуры и корпоративного имиджа.
18. Корпоративный имидж: сущность, функции, структура, стратегии формирования.
19. Роль корпоративного стиля в формировании имиджа организации.
20. Роль правовой культуры в становлении позитивного имиджа организации.
21. Нейтрализация последствий воздействия «чёрного» PR средствами имиджмейкинга.
22. Имидж творческого человека: необходимые элементы и стратегии продвижения.
23. Имидж делового человека. Требования протокола и этикета, предъявляемые к внешности делового человека.
24. Закономерности создания профессионального имиджа для современного менеджера.

25. Понятие «культурный ландшафт». Связь экономики и культуры в развитии территорий и формировании их имиджа.
26. Социокультурные составляющие имиджа современного российского города (архитектура, история, символика, реклама, организация пространства, экология и т.п.)
27. Имидж специализированного образовательного учреждения.
28. Имидж и образ. Имиджмейкинг и рекламная деятельность.
29. Управление имиджем (на примере организации или персоны).
30. Управление имидж-рисками в учреждениях образования, культуры и социальной сферы.

Обучающиеся должны обладать способностью и готовностью:

- организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12).

Основными этапами формирования указанной компетенции являются последовательное изучение ими содержательно связанных между собой 4 тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение обучающимися необходимыми элементами компетенций на уровне знаний, навыков и умений. Итоговая экзаменационная оценка, полученная с учетом оценивания компетенций на различных этапах их формирования, показывает успешность освоения компетенциями обучающимися.

Критерии оценки уровня овладения обучающимися компетенциями на этапе зачёта по учебной дисциплине.

Оценка	Характеристики ответа обучающегося на БАЗОВОМ УРОВНЕ	Характеристики ответа обучающегося на ПОВЫШЕННОМ УРОВНЕ
Отлично	- обучающийся глубоко и всесторонне усвоил программный материал; - уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; - опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью экономиста; - умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи; - делает выводы и обобщения; - свободно владеет системой финансовых понятий.	- даны исчерпывающие и обоснованные ответы на все поставленные вопросы, правильно и рационально (с использованием рациональных методик); - решены практические задачи; - при ответах выделялось главное, все теоретические положения умело увязывались с требованиями руководящих документов; - ответы были четкими и краткими, а мысли излагались в логической последовательности; - показано умение самостоятельно анализировать факты, события, явления, процессы в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
Хорошо	- обучающийся твердо усвоил программный материал, грамотно и по существу излагает его, опираясь на знания основной литературы; - не допускает существенных неточностей; - увязывает усвоенные знания с практической деятельностью экономиста;	- даны полные, достаточно обоснованные ответы на поставленные вопросы, правильно решены практические задания; - при ответах не всегда выделялось главное, отдельные положения недостаточно увязывались с требованиями руководящих документов, при решении

	- аргументирует научные положения; - делает выводы и обобщения; - владеет системой финансовых понятий.	практических задач не всегда использовались рациональные методики расчётов; - ответы в основном были краткими, но не всегда четкими.
Удовлетворительно	- обучающийся усвоил только основной программный материал, по существу излагает его, опираясь на знания только основной литературы; - допускает несущественные ошибки и неточности; - испытывает затруднения в практическом применении финансовых знаний; - слабо аргументирует научные положения; - затрудняется в формулировании выводов и обобщений; - частично владеет системой финансовых понятий.	- даны в основном правильные ответы на все поставленные вопросы, но без должной глубины и обоснования, при решении практических задач обучающийся использовал прежний опыт, на уточняющие вопросы даны правильные ответы; при ответах не выделялось главное; - ответы были многословными, нечеткими и без должной логической последовательности; - на отдельные дополнительные вопросы не даны положительные ответы.
Неудовлетворительно	- обучающийся не усвоил значительной части программного материала; - допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении финансовых проблем; - испытывает трудности в практическом применении знаний; - не может аргументировать научные положения; - не формулирует выводов и обобщений;	не выполнены требования, предъявляемые к знаниям, оцениваемым "удовлетворительно".

в) Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения образовательной программы

Оценивание знаний, умений и навыков по учебной дисциплине «Ценообразование» осуществляется посредством использования следующих видов оценочных средств:

- опросы: устный, письменный (не более 15 минут)
- решение тестовых заданий
- зачёт.

Опросы по вынесенным на обсуждение темам

Устные опросы проводятся во время практических занятий и возможны при проведении экзамена в качестве дополнительного испытания при недостаточности результатов тестирования и решения заданий. Вопросы опроса не должны выходить за рамки объявленной для данного занятия темы. Устные опросы необходимо строить так, чтобы вовлечь в тему обсуждения максимальное количество обучающихся в группе, проводить параллели с уже пройденным учебным материалом данной дисциплины и смежными курсами, находить удачные примеры из современной действительности, что увеличивает эффективность усвоения материала на ассоциациях.

Основные вопросы для устного опроса доводятся до сведения обучающихся на предыдущем практическом занятии.

Письменные опросы позволяют проверить уровень подготовки к практическому занятию всех обучающихся в группе, при этом оставляя достаточно учебного времени для иных форм педагогической деятельности в рамках данного занятия. Письменный опрос проводится без предупреждения, что стимулирует обучающихся к систематической подготовке к занятиям. Вопросы для опроса готовятся заранее, формулируются узко, дабы обучающийся имел объективную возможность полноценно его осветить за отведенное время (10-15 мин.).

Письменные опросы целесообразно применять в целях проверки усвояемости значительного объема учебного материала, например, во время проведения экзамена, когда необходимо проверить знания обучающихся по всему курсу.

При оценке опросов анализу подлежит точность формулировок, связность изложения материала, обоснованность суждений, опора на действующее семейное законодательство.

Решение заданий (кейс-методы (фрагменты деловой игры))

Решение кейс-методов (фрагменты деловой игры) осуществляется с целью проверки уровня навыков (владений) обучающихся по применению норм семейного права, по правильному толкованию норм закона, быстрому и эффективному ориентированию в системе норм законодательства, по решению вопросов в области семейных правоотношений.

Обучающемуся объявляется условие задания, решение которого он излагает устно. Длительность решения задания – 10 минут.

Эффективным интерактивным способом решения задания является сопоставления результатов разрешения одного задания двумя и более малыми группами обучающихся.

Задачи, требующие изучения значительного объема нормативного или правоприменительного материала, необходимо относить на самостоятельную работу обучающихся, с непременно разбором результатов во время практических занятий. В данном случае решение ситуационных задач с глубоким обоснованием должно представляться на проверку в письменном виде.

Проводится три раза в течение изучения дисциплины (семестр).

Не менее чем за 1 неделю до тестирования, преподаватель должен определить обучающимся исходные данные для подготовки к тестированию: назвать разделы (темы, вопросы), по которым будут задания в тестовой форме, нормативные правовые акты и теоретические источники (с точным указанием разделов, тем, статей) для подготовки.

Каждому обучающемуся отводится на тестирование 40 минут, по 2 минуты на каждое задание. Для каждого обучающийся 20 заданий.

При прохождении тестирования пользоваться конспектами лекций, учебниками, и нормативными актами не разрешено.

Зачёт

Промежуточная аттестация по дисциплине завершает изучение курса и проходит в виде зачёта. Зачёт проводится согласно расписанию зачетно-экзаменационной сессии. До зачёта не допускаются обучающиеся, не сдавшие хотя бы одну из трех текущих аттестаций (тестирований). Зачёт может быть выставлен автоматически, по результатам текущих контролей и достижений, продемонстрированных обучающимся на практических занятиях (при решении заданий, при участии в деловой игре, дискуссиях, тренингах, круглых столах). Фамилии обучающихся, получивших зачёт автоматически, объявляются в день проведения зачёта, до начала промежуточного испытания.

До начала зачёта все обучающиеся группы размещаются в аудитории, по одному человеку за столом.

Проведение зачёта состоит из двух этапов:

- Ответ на вынесенные заранее вопросы в билете (2 вопроса из утвержденного перечня, по заранее подготовленным и утвержденным на кафедре билетам)

- Ответа на дополнительные вопросы.

Обучающийся получает билет от преподавателя, готовится 30 минут, делает вспомогательные записи для успешного ответа и выходит отвечать. В ходе ответа преподаватель может задавать дополнительные вопросы, касающиеся основных вопросов.

По результатам преподаватель выставляет обучающемуся оценку за зачёт.

РАЗДЕЛ 8. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Горчакова В.Г. Имиджелогия. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов/ Горчакова В.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 335 с. гриф УМЦ, НИИ — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52471>
2. Ушакова Н.В. Имиджелогия (3-е издание) [Электронный ресурс]: учебное пособие для бакалавров/ Ушакова Н.В., Стрижова А.Ф.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017.— 264 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57073>.— ЭБС «IPRbooks»

Дополнительная литература:

1. Андреева О.Н. Профессия продавец (2-е издание) [Электронный ресурс]: практическое пособие/ Андреева О.Н.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017.— 232 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57027>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Архипова С.В. Культура как стратегический ресурс. Предпринимательство в культуре. Том 2 [Электронный ресурс]/ С.В. Архипова [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Русайнс, 2015.— 197 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/48909>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Васильева Д.Н. Репутация банка в условиях кризиса (2-е издание) [Электронный ресурс]: практическое пособие/ Васильева Д.Н.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017.— 112 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57031>.— ЭБС «IPRbooks»
4. Глазкова Е. Культура как стратегический ресурс. Предпринимательство в культуре. Том 1 [Электронный ресурс]: монография/ Е. Глазкова [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Русайнс, 2015.— 333 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/48923>.— ЭБС «IPRbooks»
5. Рожкова М.А. Защита деловой репутации в случаях ее диффамации или неправомерного использования (в сфере коммерческих отношений) [Электронный ресурс]: научно-практическое пособие/ М.А. Рожкова [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Статут, 2015.— 270 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/49055>.— ЭБС «IPRbooks»
6. Туркин С. Как выгодно быть добрым [Электронный ресурс]: сделайте свой бизнес социально ответственным/ Туркин С.— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2016.— 380 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/43629>.— ЭБС «IPRbooks»

РАЗДЕЛ 9. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Иллюстрированная энциклопедия моды <http://fashion.artyx.ru/>
2. Леви В. Л. Искусство быть собой http://www.koob.ru/levi/iskusstvo_bit_soboy
3. Леви В. Л. Искусство быть другим http://www.koob.ru/levi/iskusstvo_bit_drugim
4. Сугормина Л. И. Основы самопрезентации. Основы имиджелогии <http://www.e-biblio.ru>

РАЗДЕЛ 10. ОБУЧЕНИЕ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Изучение учебной дисциплины «Имиджелогия» обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с Приказом Министерства образования и науки РФ от 9 ноября 2015 г. № 1309 «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере образования, а также оказания им при этом необходимой помощи», «Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащённости образовательного процесса» Министерства образования и науки РФ от 08.04.2014г. № АК- 44/05вн, «Положением о порядке обучения обучающихся - инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья», утвержденным приказом ректора от 6 ноября 2015 года №60/о, «Положением о службе инклюзивного образования и психологической помощи» АНО ВО «Российский новый университет» от 20 мая 2016 года № 187/о.

Предоставление специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, подбор и разработка учебных материалов для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья производится преподавателями с учетом их индивидуальных психофизиологических особенностей и специфики приема-передачи учебной информации.

С обучающимися по индивидуальному плану и индивидуальному графику проводятся индивидуальные занятия и консультации.

Автор: Чеботарева Е.А., к.ф.н.

«1» сентября 2017 г.