

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный гуманитарно-педагогический университет имени В.М. Шукшина»
(АГГПУ им. В.М. Шукшина)

Кафедра изобразительного искусства, технологии и дизайна



Утверждаю:
и.о. проректора по учебной работе
Е.Г. Голованова
«25» августа 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.01.08 ИМИДЖЕЛОГИЯ

Направление подготовки	54.03.01 Дизайн
Профиль подготовки	Имидж-дизайн
Квалификация	бакалавр
Форма обучения	очно-заочная

Составитель:
кандидат искусствоведения,
доцент кафедры изобразительного искусства,
технологии и дизайна
 Т.П. Алексеева

РЕКОМЕНДОВАНА К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

на заседании кафедры изобразительного искусства, технологии и дизайна
(протокол № 9 от «07» июля 2023 г.

Заведующий кафедрой



Н.С. Мамырина

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью дисциплины является формирование у обучающихся теоретических знаний в области имиджологии, практических знаний и навыков в области создания персонального, корпоративного имиджа.

Задачи дисциплины:

- изучить историю имиджологии как самостоятельной научно-прикладной дисциплины;
- выявить роль имиджологии в современном обществе;
- рассмотреть основные концепции имиджологии, содержащие базовых понятий;
- изучить структуру имиджа, его составляющие;
- изучить современные типологии имиджа;
- рассмотреть функции и значения имиджа;
- изучить инструментарий имиджологии и методики его использования;
- изучить теоретические аспекты самопрезентации и принципы имиджирования;
- формировать навыки создания персонального, корпоративного имиджа.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «ИМИДЖЕЛОГИЯ» относится к вариативной части Модуля дисциплин специализации части ОПОП.

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения курсов «Проектирование», прохождении производственных практик, подготовки к написанию ВКР.

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-10);
- способностью анализировать и определять требования к дизайн-проекту и синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн-проекта (ПК-4).

В результате изучения дисциплины студент должен:

• **Знать**

- - знать структуру имиджа, его составляющие, функции и значения;
- - знать инструментарий имиджологии и методики его использования;
- - обладать знаниями в области коммуникативной деятельности в имиджологии.

• **Уметь**

- - уметь применять технологии и инструментарий имиджологии для решения практических задач;

- - обладать знаниями в области делового и повседневного этикета;

• **Владеть**

- - навыками создания корпоративным имиджем;
- - навыками использования голосо-речевой техники;
- - навыками выполнения самопрезентации.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры		
		6	7	8
Аудиторные занятия (всего)	76	24	26	26
В том числе:				
Лекции (Л)	24	8	8	8
Практические занятия (ПЗ)	52	16	18	18
Самостоятельная работа (всего)	113	21	46	46
Вид промежуточной аттестации: (зачет, экзамен)	27	Экзамен 27	Зачет с оценкой	Зачет с оценкой
Общая трудоемкость	часы	216	72	72
	зачетные единицы	6	2	2

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
ЛЕКЦИИ		
1	Имиджелогия как наука, практика и искусство	Имиджелогия как система взглядов о законах массовой коммуникации. Место имиджелогии в ряду научных дисциплин. Становление имиджелогии в странах Запада и в России. Связь имиджелогии и паблик рилейшнз. Теоретические и прикладные модели массовой коммуникации.
2	Имидж составляющая современной цивилизации	Объект и предмет имиджелогии. Теоретическая база имиджелогии. Концепция Т. Парсонса об информационном обмене взаимодействующих систем и подсистем; концепция социального действия Ю. Хабермаса; концепция информационного общества Э. Тоффлера; концепция коммуникации С. Московичи и т.п. Соотношение понятий «имидж», «образ», «представление», «мнение». История зарождения понятия имиджа. Структурный подход к формированию имиджа. Структура имиджа и его составляющие. Первичный имидж; вторичный имидж. Личностной имидж: внешний облик, социально-ролевые характеристики, имиджевая символика, индивидуально-личностные свойства. Типология имиджа, его виды. Зеркальный, текущий, желаемый, множественный и корпоративный типы. Типология А. И. Коханенко: внешний (габитар-ный); вербальный; кинетический; средовой; профессиональный и личностный.
3	Имидж и его компоненты	Определение имиджа. Имидж как специально формируемый образ для достижения целей. Имидж и натура. Личина и лик. Образ и имидж. Регуляция. Натура. Фантом. Маска. Визуализация. Медиатизация. Стереотипы восприятия. Свойства имиджа. Функции имиджа. Психологические факторы восприятия имиджа. Образ как субъективная картина мира. Образ - знание, образ - значение, образ потребного будущего. Формирование перцептивного экрана для восприятия образа. Образ и установка в рекламе. Факторы, влияющие на «работу» политических образов. Имидж и его составляющие. Значения имиджа.
4	Имидж как интегральный социальный образ.	Принципы построения имиджа. Понятия имиджа как интегрального социального образа. Источники формирования имиджа. Устойчивые формы узнаваемых образов в российском социуме. Семиотика - наука о знаковых системах. Реальный, информационный, символический миры современного человека: взаимодействие и барьеры между ними. Психологические защиты потребителя от потока информации. Персонализация и наркотизация (переполнение новостями). Характеристики аудитории, влияющие на восприятие информации; пол, возраст, этническая принадлежность, профессия, религия).
5	Инструментарий имиджмейкерства	Содержание категории «имиджмейкерство». Понятие инструментария в имиджелогии и специфика его использования. Основные инструменты: позиционирование, манипулирование, мифологизация. Наиболее часто используемые приемы формирования имиджа: эмоционализация, акцентирование информации, замена целей, подача противоречивых сигналов, метафоризация, контекстное введение знаков. Оценка

		эффективности имиджевого воздействия с помощью опроса общественного мнения. Нейролингвистическое программирование: основные принципы и границы применения метода.
6	Имидж руководителя: понятие, компоненты, структура	Личность, имидж и руководитель. Соотношение понятий: лидер и руководитель. Психологический портрет слабого и сильного руководителя. Компоненты имиджа руководителя: личностный, социальный, профессиональный. Свойства имиджа руководителя - адекватность, воздейственность, устойчивость, целостность, презентабельность. Образ Я и Я-концепция руководителя, актуальность для него знаний основ имиджологии. Ценностные и технологические функции имиджмента руководителя. Создание установки принятия имиджа руководителя: ситуативной, фиксированной. Власть и личное влияние. Потенциал власти и разновидности власти. Социально-психологический тренинг имиджевых качеств лидера и руководителя. Роль этики и этикета в формировании и поддержании имиджа руководителя. Этические качества имиджа мужчин и женщин - руководителей. Этнонациональные особенности этикета разных стран. Застолья и фуршеты: манеры поведения. Строуксы (подарки) и их значение.
7	Корпоративный имидж	Личный имидж бизнесмена и его роль в успешном развитии бизнеса. Необходимые составляющие личного имиджа в бизнесе. Ценность символического ресурса в бизнесе. Имидж фирмы как важнейший фактор успеха бизнеса. Стратегии формирования и поддержания имиджа фирмы. Имидж организации и корпоративная политика. Функции менеджера по PR место в структуре организации. Опыт и ценность формирования имиджа организации на примере ведущих корпораций мирового уровня. Имидж страны, региона, города, села – управленческие и политические составляющие.
8	Имидж политического лидера	Политический public relations и проблема создания имиджа в политике. Символизация политики и образы власти. Предвыборные технологии и проблема манипулирования общественным мнением. Коммуникативный заряд предвыборных обещаний. Типовые алгоритмы формирования политического имиджа. Политик как символ и актер. Имидж лидера на политическом и неполитическом фоне. Выбор модели поведения. Внешность лидера. Власть как «право на речь» (риторика власти). Типы речевого поведения лидеров различного типа (монархического, «харизматического», фашистского и т.д.). Построение образа лидера с помощью кинетических элементов.
9	Проблемы и перспективы формирования и поддержания имиджа эффективного руководителя	Проблемы управления массовым сознанием и поведением в работе имиджмейкера. Общественное настроение и социальный стереотип. Психология превращения информации в общественное мнение. Стихийное и целенаправленное формирование имиджа. Приемы создания имиджэффекта (использование фасцинации, аттракции и др.) Роль средств массовой информации в создании эффективного имиджа. Нормативно-правовое регулирования имиджмейкерства как профессиональной деятельности: зарубежный и российский опыт. Профессиональная этика имиджмейкера и проблемы,

		связанные с ее нарушением. Манипуляция коллективным сознанием как область «серого» имиджмейкерства.
10	Имидж организации.	Имидж организации: основные структурные модели. Особенности формирования имиджа организации. Значение PR в формировании имиджа организации. Основные критерии привлекательности имиджа организации. Построение привлекательного имиджа организации. Визуальный стиль — внешняя составляющая имиджа организации. Целостность имиджа организации. Видение миссии. Корпоративный дизайн и организационная культура. Функции и основные элементы организационной культуры. Фирменный стиль организации. Имидж лидера и персонала организации. Самоидентификация персонала организации. Корпоративная гордость. Проблемы корпоративной идентификации.
11	Имидж товара	Имидж товара, продукта, услуги. Имидж и репутация. Паблицитный капитал. Социальные инвестиции. Позиционирование организации. Социально-ответственный бизнес и социально-этичный маркетинг.
12	Системно-корпоративный имидж (имидж региона / территории / страны)	Системно-корпоративный имидж как ключевой элемент стратегического публичного капитала. Основные характеристики территориальной индивидуальности. Имидж-потенциал региона. Картирование особенностей и ресурсов территории. Оценка рынка «потребителей территории». Инструменты формирования имиджа территории. Программы продвижения имиджа территории. Основные составляющие положительной репутации региона. Эмоциональная привлекательность. Особенности региональной экономики и развития социальной инфраструктуры. Инвестиционная привлекательность. Инновационная активность. Качество отношений с партнерами. Руководство территории. Социальная ответственность территории. Финансово-экономические показатели. Модель «гексагона» национального имиджа С. Энхольта: характеристики, активы и компетенции нации. Четырех-компонентная модель имиджа государства.
ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ		
1	Технологии управления имиджем	Подготовка докладов и презентаций по темам: Теоретические аспекты формирования имиджа. Типология имиджа, его виды. Структура личного имиджа. «Я-концепция» в структуре личного имиджа. Имиджформирующая информация, способы ее восприятия. Алгоритмы формирования имиджа персоны. Стратегия формирования имиджа. Основные технологии формирования имиджа: оргтехнологии, психотехнологии и психотехники. Мифологизация как инструмент формирования имиджа.
2	Стиль и эффективное взаимодействие в формировании имиджа	Подготовка докладов и презентаций по темам: Стратегии и тактики взаимодействия делового человека. Правила служебного поведения делового человека. Прием посетителей деловым человеком. Застольный этикет и культура еды. Офис как показатель делового статуса: оборудование и оформление, невербальные средства повышения делового статуса руководителя, организация деятельности секретаря

		руководителя. Поведенческие техники: создание благоприятного психологического климата, техника постановки вопросов и ответов, техника слушания, техника убеждения. Поведенческая тактика: выбор алгоритмов поведения, защита от некорректных собеседников, действия в конфликтных ситуациях. Тактика телефонных переговоров.
3	Визуальный имидж делового человека	Подготовка докладов и презентаций по темам: Психологические особенности визуальной коммуникации. Модели визуальной коммуникации. Невербальный язык разных народов. Манеры. Жесты, позы, походка, осанка. Мимика. Цвет в создании имиджа. Влияние внешнего вида делового человека на взаимоотношения. Традиционные стили имиджа делового человека. Культура делового костюма мужчины. Внешний облик деловой женщины. Имидж и мода. Основные элементы эффективного имиджа делового человека. Техники создания положительного визуального образа. Национальные особенности формирования имиджа делового человека
4	Имидж организации	Подготовка докладов и презентаций по темам: Обобщенная модель имиджа организации: структура и факторы эффективности. Функции имиджа организации. Оценка репутации. Корпоративная философия и имидж организации. Бизнес-имидж организации. Образ российского бизнеса: пути становления и проблемы. PR в формировании позитивного корпоративного имиджа. Фирменный стиль как средство создания визуального имиджа организации. Национальные особенности имиджа организации.
5	Имидж страны и региона	Подготовка докладов и презентаций по темам: Понятие политического имиджа государства. Основные составляющие политического имиджа государства. Модель «гексагона» С. Энхольта. Основные механизмы управления имиджем государства в конкурентной среде. Формирование позитивного имиджа страны. Имидж страны как объект информационно-психологических атак. Экономическая составляющая имиджа территории (региона, города). Внутренний и внешний имидж территории. Социокультурные составляющие имиджа современного российского города (архитектура, история, символика, реклама, организация пространства, экология и т. п.). Имидж в туристическом бизнесе.
6	Построение политического имиджа	Подготовка докладов и презентаций по темам: Понятие политического имиджа. Пути построения политического имиджа. Визуальное измерение имиджа. Контекстуальное измерение имиджа. Символизация имиджа врага. Имидж политика: теоретические проблемы, методы анализа. Типология имиджей политиков Р. Шварценберга: «Спаситель Отечества», «Отец нации», «Обаятельный лидер», «Свойский мужик». Трансляция методов создания имиджа политика

		из смежных сфер (бизнес, шоу-бизнес и др.). Имиджи политиков советской эпохи. Имиджи российских политиков. Имидж общественного движения. Основные слагаемые имиджа современного государственного и муниципального служащего
7	Формирование имиджа в политическом менеджменте	Подготовка докладов и презентаций по темам: Имидж в политическом менеджменте. Мотивация политического действия. Когнитивная теория мотивации политического действия. Управление имиджем в политических кампаниях. Манипуляции в политических кампаниях. Техники формирования имиджа в политических кампаниях. Работа со СМИ, Интернет, формирование слухов. Лидеры мнений. Нейтрализация последствий воздействия «черного» PR.
8	Имидж-дизайн в контексте современной проектной и художественной культуры.	Разработка и защита презентации: «Индивидуальный имидж в профессиональной сфере»

5.2. Разделы дисциплин и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практ. зан.	СРС	Интерактивн ые ф. (час.)	Всего
Лекции						
1	Имиджелогия как наука, практика и искусство	2				2
2	Имидж как составляющая современной цивилизации	2				2
3	Имидж и его компоненты	2				2
4	Имидж как интегральный социальный образ.	2				2
5	Инструментарий имиджмейкерства	2				2
6	Имидж руководителя: понятие, компоненты, структура	2				2
7	Корпоративный имидж	2				2
8	Имидж политического лидера	2				2
9	Проблемы и перспективы формирования и поддержания эффективного имиджа руководителя	2				2
10	Имидж организации.	2				2
11	Имидж товара	2				2

12	Системно-корпоративный имидж (имидж региона / территории / страны)	2				2
Практические занятия						
1	Технологии управления имиджем		8	10		18
2	Стиль и эффективное взаимодействие в формировании имиджа		8	11		19
	Подготовка к экзамену в 6 семестре					27
3	Визуальный имидж делового человека		6	15		21
4	Имидж организации		6	15		21
5	Имидж страны и региона		6	16		22
6	Построение политического имиджа		6	15		21
7	Формирование имиджа в политическом менеджменте		6	15		21
8	Имидж-дизайн в контексте современной проектной и художественной культуры.		6	16		22
	ВСЕГО:	24	52	113		216
	<i>В том числе в интерактивной форме</i>					

6. ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ

Лабораторный практикум по данной дисциплине не предусмотрен.

7. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ (ПРОЕКТОВ) РАБОТ

Курсовые (проекты) работы по данному курсу не предусмотрены.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) основная литература:

1. Горчакова, В.Г. Имиджология. Теория и практика [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов / В. Г. Горчакова. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 335 с. — 978-5-238-02095-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52471.html>

2. Имиджология [Электронный ресурс] : конспект лекций для студентов, обучающихся по направлению подготовки 51.03.03 «Социально-культурная деятельность», профиль «Постановка и продюсирование культурно-досуговых программ», квалификация (степень) выпускника «бакалавр» / сост. С. В. Андреева. — Электрон. текстовые данные. — Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2017. — 72 с. — 978-5-8154-0400-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/76333.html>

3. Ушакова, Н. В. Имиджология (3-е издание) [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров / Н. В. Ушакова, А. Ф. Стрижова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 264 с. — 978-5-394-01942-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57073.html>

б) дополнительная литература:

1. Беленко, В. Е. Имиджелогия. Стратегии и тактики имиджевой коммуникации [Электронный ресурс] : учебное пособие / В. Е. Беленко, М. П. Беленко. — Электрон. текстовые данные. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2010. — 140 с. — 978-5-7782-1393-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/44920.html>

2. Головлева, Е. Л. Молодежная имиджелогия [Электронный ресурс] : учебное пособие и учебно-методические рекомендации / Е. Л. Головлева, Н. Н. Грибок, Р. Т. Мухаев. — Электрон. текстовые данные. — М. : Московский гуманитарный университет, 2015. — 175 с. — 978-5-906768-55-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/74708.html>

3. Елкина, М. В. Имиджелогия [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / М. В. Елкина. — Электрон. текстовые данные. — Омск : Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, 2013. — 156 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/65055.html>

в)

<http://www.iprbookshop.ru/> ЭБС IPRbooks

<http://www2.bigpi.biysk.ru/library/news.php>

<https://icdlib.nspu.ru/>

<https://elibrary.ru/defaultx.asp>

9. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ

Лекционные занятия 202 учебная аудитория 12 посадочных места; 6 учебных столов, стол преподавателя, шкафы для хранения учебных наглядных пособий, учебная доска, персональный компьютер с доступом в интернет, мультимедийный проектор, колонки, кафедра, экран, принтер. MicrosoftWindowsXPPro и аналогам (MicrosoftWindows47775091); MicrosoftOffice 2007 (MicrosoftOffice 49140065) MicrosoftWindows 7 (49379849); ProMicrosoftOffice 2010 (62552196 (№ Лицензии в личном кабинете Microsoft); Антивирус Касперского (Лицензия № 26FE-200221-084534-5-2964 (370); PhotoshopElements 7.0 RU (CertificateNumber 6255746) CorelDRAWGraphicsSuiteX4 Education (SoftwareNumberLCCDGSX4MIULAA); Adobe Reader 11Adobe Flash Player Google Chrome (СПО по лицензионным соглашениям в свободном распространении, в том числе по GNUGeneralPublicLicense и аналогам).	Российская Федерация, 659333, Алтайский край, г. Бийск, ул. Советская, д. 3
Практические занятия: 202 учебная аудитория 12 посадочных места; 6 учебных столов, стол преподавателя, шкафы для хранения учебных наглядных пособий, учебная доска, персональный компьютер с доступом в интернет, мультимедийный проектор, колонки, экран, принтер. MicrosoftWindowsXPPro и аналогам (MicrosoftWindows47775091); MicrosoftOffice 2007 (MicrosoftOffice 49140065) MicrosoftWindows 7 (49379849); ProMicrosoftOffice 2010 (62552196 (№ Лицензии в личном кабинете Microsoft); Антивирус Касперского (Лицензия № 26FE-200221-084534-5-2964 (370); PhotoshopElements 7.0 RU (CertificateNumber 6255746) CorelDRAWGraphicsSuiteX4 Education (SoftwareNumberLCCDGSX4MIULAA); Adobe Reader 11Adobe Flash Player Google Chrome (СПО по лицензионным соглашениям в свободном распространении, в том числе по GNUGeneralPublicLicense и аналогам).	Российская Федерация, 659333, Алтайский край, г. Бийск, ул. Советская, д. 3
Групповые и индивидуальные консультации, текущий контроль: 202 учебная аудитория 12 посадочных места; 6 учебных столов, стол преподавателя,	Российская Федерация, 659333, Алтайский край, г. Бийск, ул. Советская, д. 3

шкафы для хранения учебных наглядных пособий, учебная доска, персональный компьютер с доступом в интернет, мультимедийный проектор, колонки, экран, принтер. MicrosoftWindowsXPPro и аналогам (MicrosoftWindows47775091); MicrosoftOffice 2007 (MicrosoftOffice 49140065) MicrosoftWindows 7 (49379849); ProMicrosoftOffice 2010 (62552196 (№ Лицензии в личном кабинете Microsoft); Антивирус Касперского (Лицензия № 26FE-200221-084534-5-2964 (370); PhotoshopElements 7.0 RU (CertificateNumber 6255746) CorelDRAWGraphicsSuiteX4 Education (SoftwareNumberLCCDGSX4MIULAA); Adobe Reader 11Adobe Flash Player Google Chrome (СПО по лицензионным соглашениям в свободном распространении, в том числе по GNUGeneralPublicLicense и аналогам).	
Промежуточная аттестация: 202 учебная аудитория 12 посадочных места; 6 учебных столов, стол преподавателя, шкафы для хранения учебных наглядных пособий, учебная доска, персональный компьютер с доступом в интернет, мультимедийный проектор, колонки, экран, принтер. MicrosoftWindowsXPPro и аналогам (MicrosoftWindows47775091); MicrosoftOffice 2007 (MicrosoftOffice 49140065) MicrosoftWindows 7 (49379849); ProMicrosoftOffice 2010 (62552196 (№ Лицензии в личном кабинете Microsoft); Антивирус Касперского (Лицензия № 26FE-200221-084534-5-2964 (370); PhotoshopElements 7.0 RU (CertificateNumber 6255746) CorelDRAWGraphicsSuiteX4 Education (SoftwareNumberLCCDGSX4MIULAA); Adobe Reader 11Adobe Flash Player Google Chrome (СПО по лицензионным соглашениям в свободном распространении, в том числе по GNUGeneralPublicLicense и аналогам).	Российская Федерация, 659333, Алтайский край, г. Бийск, ул. Советская, д. 3
Помещения для самостоятельной работы: 215 Компьютерный класс 16 посадочных места; 8 учебных столов, стол преподавателя, учебная доска, стационарный ПК-8 с доступом в интернет. Win10PROPQROEM (Контракт № 19/5– ЭА от 18.11.2019, код продукта: 00330-71399-05151-AAOEM, 00330-71398-46308-AAOEM, 00330-71398-46311-AAOEM, 00330-71398-46310-AAOEM, 00330-71398-46289-AAOEM, 00330-71398-46319-AAOEM, 00330-71398-46281-AAOEM, 00330-71399-05148-AAOEM); Антивирус Касперского (Лицензия № 26FE-200221-084534-5-2964 (370); AstraLinuxSpecialEdition (Лицензионный договор № РБТ-14/1617-01-ВУЗ); ARCHICAD 23 Russian (Учебная Лицензия); Офис 365 (подписка на Office 365 A1) 335 Читальный зал: 30 посадочных мест; 15 учебных столов 13 посадочных мест для ПК. Стационарные ПК-13с выходом в интернет, сканер -2. Оргтехника сотрудника библиотеки для работы со студентами (принтер – 3, ксерокс – 1, сканер – 1), шкафе для книг – 6, стеллаж – 2, кафедра выдачи книг – 1, стул деревянный – 50, каталожные ящики – 9 секций, пианино – 1. Microsoft Windows XP Microsoft Office (Microsoft Windows 44039700, 44392125, 43837211, 47775091, 448111748, Microsoft Office 4392125, 44039700, 49472007 (№ Лицензии в личном кабинете Microsoft); Антивирус Касперского (Сублицензионный договор №875 от 06.02.2020 Лицензия № 26FE-200221-084534-5-2964 (370);	Российская Федерация, 659333, Алтайский край, г. Бийск, ул. Советская, д. 5 Российская Федерация, 659333, Алтайский край, г. Бийск, ул. Владимира Короленко, д. 53

Astra Linux Special Edition (Зав.№ 0013947 – РБТ, Лицензионный договор № РБТ-14/1617-01-ВУЗ) СПС КонсультантПлюс (Контракт №1127 от 31.12.2019г.); Adobe Reader 11 OpenOffice Adobe Flash Player Google Chrome (СПО по лицензионным соглашениям в свободном распространении, в том числе по GNU General Public License и аналогам); Microsoft Windows XP Microsoft Office (Microsoft Windows 44039700, 44392125, 43837211, 47775091, 448111748, Microsoft Office 4392125, 44039700, 49472007 (№ Лицензии в личном кабинете Microsoft); Антивирус Касперского (Сублицензионный договор №875 от 06.02.2020 Лицензия № 26FE-200221-084534-5-2964 (370); /09 Astra Linux Special Edition (Зав.№ 0013947 – РБТ, Лицензионный договор № РБТ-14/1617-01-ВУЗ); СПС КонсультантПлюс (Контракт №1127 от 31.12.2019г.)	
---	--

10. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

10.1. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины для преподавателей

Данная дисциплина входит в вариативную часть обязательных дисциплин профессионального цикла. Введение курса необходимо для систематизации знаний по следующим предметам: «Проектирование», «Технический рисунок», «История искусств». Лекционные занятия закрепляются на практических, где студенты занимаются отбором материалов, выполнением заданий на создание графических композиций, рисунков, вычерчиванием схем. Практические занятия направлены на закрепление навыков построения графической композиции, вычерчивания шрифтовых и пиктографических схем, развитие пространственного мышления. Под самостоятельной работой в данном курсе подразумевается работа с литературой, с информационными интернет-источниками, взаимопроверка работ сокурсников, с целью расширения кругозора в данной области.

10.2. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины для студентов

Рекомендации по выполнению практических занятий

В каждом задании есть методические рекомендации по ведению работы, где обозначены логические этапы. Соблюдение данных рекомендаций позволит каждому студенту справиться с поставленной задачей.

Рекомендации по работе с литературой и другими источниками

Вся представленная литература обозначена в карте обеспечения учебно-методической литературой дисциплины «ИМИДЖЕЛОГИЯ» для студентов данной образовательной профессиональной программы по очной форме обучения. Материалы для докладов можно брать также из другой литературы и Интернет ресурсов, после согласования источника с преподавателем.

11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Фонд оценочных средств разработан для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «ИМИДЖЕЛОГИЯ» и входит в состав основной образовательной программы подготовки 54.03.01 Дизайн (профиль: Имидж-дизайн), «бакалавр», реализуемой при подготовке обучающихся в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Алтайский государственный гуманитарно-педагогический университет имени В.М. Шукшина». Фонд оценочных средств предназначен для проверки сформированности компетенций, заявленных в программе дисциплины «ИМИДЖЕЛОГИЯ» в соответствии с учебным планом 54.03.01 Дизайн (профиль: Имидж-дизайн), «бакалавр».

Компетенции, этапы	Показатели	Оценочные средства
ОК-10 I этап	Знает: основы культуры мышления	Собеседование

	Умеет: оценивать, диагностировать информацию, проблематизировать мыслительную ситуацию, представлять ее на уровне проблемы; определять пути, способы, стратегии решения проблемных ситуаций; логично формулировать, аргументировано излагать, отстаивать собственное видение проблем и способов их решения	
	Владеет: мыслительными операциями анализа и синтеза, сравнения, абстрагирования, конкретизации, обобщения, классификации	
ПК-4 I этап	Знает механизм взаимодействия материальной и духовной культур основанный на методике системного анализа в процессе комплексного проектирования. Знает рациональные приемы поиска, отбора, систематизации и использования информации, пользуется методической и научной литературой по профилю подготовки и смежным вопросам.	Эссе
	Умеет самостоятельно планировать свою деятельность в конкретной учебно-воспитательной ситуации, отбирать методы, приемы, средства решения художественной задачи, что способствует выработке индивидуального стиля проектной деятельности, как интегральной характеристики творческой индивидуальности в профессиональном становлении личности.	
	Владеет методикой организации целостного художественно-творческого процесса, а также осознает необходимость использования информационно-компьютерной техники с целью оптимизации проектной деятельности. Владеет творческим переносом знаний и умений в новые условия.	

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

1. Компетенция ОК-10 с указанием этапа формирования компетенции в процессе освоения основной образовательной программы

Компетенция ОК-10 (способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу) формируется на первом этапе. Типовое контрольное задание направлено на развитие у студентов навыков мышления, способностей к обобщению, анализу, восприятию информации в профессиональной деятельности. Формирование компетенции будет продолжено на следующих этапах.

Собеседование (типовое контрольное задание на этапе формирования ОК-10):

Примерные вопросы для собеседования по курсу

1. Реальный, информационный, символический миры современного человека: взаимодействие и барьеры между ними.
2. Коммуникативные качества личности.
3. Имиджформирующая информация: виды и способы восприятия в процессе формирования имиджа.
4. Структура имиджа. Структурный подход к формированию имиджа.
5. Типология имиджей.
6. Функции имиджа персоны.
7. Функции имиджа организации.
8. Типология средств создания имиджа. Условия и границы их применения.

9. Имидж, образ, репутация, авторитет.
10. Имидж в системе индивидуального поведения и социального влияния.
11. Алгоритм построения имиджа.
12. Роль аудитории (обратной связи с аудиторией) в формировании (управлении) имиджа.
13. Индивидуальный имидж.
14. Групповой имидж.
15. Корпоративный имидж.
16. Системно-корпоративный имидж.
17. Имидж товара / услуги.
18. Имидж делового человека.
19. Имидж организации: сущность, функции, структура, стратегия формирования.
20. Корпоративная культура в формировании имиджа социальной организации.
21. Визуальный имидж организации.
22. Фирменный стиль как средство создания визуального имиджа организации.
23. Основные стратегии формирования имиджа.
24. Позиционирование как стратегия формирования имиджа.
25. Манипулирование — как стратегия формирования имиджа.
26. Мифологизация как инструмент формирования имиджа (политика, шоу-бизнес и др.).
27. Эмоционализация как одна из стратегий формирования имиджа.
28. Имидж политика: теоретические проблемы, методы анализа.
29. Сущность и структура политического имиджа.
30. Имидж территории (города / региона): элементы, закономерности их взаимодействия, соотношение стихийного и рационально-формируемого имиджей.
31. Имидж-потенциал территории.
32. Имидж общественного (религиозного) движения.

Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Уровни сформированности компетенции	Основные признаки уровня
Пороговый	Знает в целом основы культуры мышления (допускает ошибки). Умеет оценивать, диагностировать информацию, проблематизировать мыслительную ситуацию, представлять ее на уровне проблемы (при выполнении оценивания, диагностирования информации, проблематизации допускает отдельные ошибки). Владеет мыслительными операциями анализа и синтеза, сравнения (при анализе и синтезе, сравнении допускает фактические ошибки)
Базовый	Знает основы культуры мышления (не допускает ошибки). Умеет оценивать, диагностировать информацию, проблематизировать мыслительную ситуацию, представлять ее на уровне проблемы; определять пути, способы, стратегии решения проблемных ситуаций. Владеет мыслительными операциями анализа и синтеза, сравнения, абстрагирования, конкретизации (при анализе и синтезе, сравнении допускает не значительные ошибки)
Повышенный	Знает основы культуры мышления (не допускает ошибки). Умеет оценивать, диагностировать информацию, проблематизировать мыслительную ситуацию, представлять ее на уровне проблемы; определять пути, способы, стратегии решения проблемных ситуаций; логично формулировать, аргументировано излагать, отстаивать собственное видение проблем и способов их решения. Владеет мыслительными операциями анализа и синтеза, сравнения, абстрагирования, конкретизации, обобщения, классификации

Критерии оценки компетенций ОК-10 в рамках типового задания:

Оценка выполненных заданий (выполнение тестовых заданий и ответы на вопросы) осуществляется по следующим критериям:

1. Полнота представляемого материала, степень раскрытия материала (0 - 40 баллов);
2. Наличие примеров, иллюстраций (0 - 30 баллов);
3. Аргументированные выводы (0 - 30 баллов).

Типовое контрольное задание оценивается по 100-балльной шкале, которая переводится в пяти балльную шкалу в соответствии с действующим на текущий момент Положением о рейтинговой системе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов:

- оценка «5» выставляется в случае, если студент выполнил правильно 87–100 % типового задания;
- оценка «4» выставляется в случае, если студент выполнил правильно 75–86 % типового задания;
- оценка «3» выставляется в случае, если студент выполнил правильно 60–74 % типового задания;
- оценка «2» выставляется в случае, если студент выполнил правильно менее 60 % типового задания.

2. Компетенция ПК-4с указанием этапа формирования компетенции в процессе освоения основной образовательной программы

Компетенция **ПК-4** (способностью анализировать и определять требования к дизайн-проекту и синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн-проекта) формируется на первом этапе. Типовое контрольное задание направлено на развитие у студентов навыков мышления, способностей к обобщению, анализу, восприятию информации в профессиональной деятельности. Формирование компетенции будет продолжено на следующих этапах.

Эссе (типовое контрольное задание на этапе формирования ПК-4):

Примерные темы эссе по курсу :

1. Современный имидж эффективного руководителя: стратегии построения.
2. Имидж как результат субъектного взаимодействия
3. Культурно-этические проблемы формирования имиджа руководителя.
4. Имиджелогия как компонент науки управления.
5. Теория, практика и искусство формирования имиджа эффективного руководителя.
6. Имидж мужчины - эффективного руководителя и лидера: специфика формирования.
7. Имидж женщины - эффективного руководителя и лидера: специфика формирования
8. Профессионально-этические проблемы политического имиджмейкерства.
9. Формирование имиджа эффективного руководителя.
10. Самопрезентация руководителя: методика и перспективные технологии.
11. Эффективный инструментальный современной теории и практики формирования имиджа руководителя.
12. Имидж политического лидера.
13. Типы имиджей в различных сферах профессионально-управленческой деятельности и технологии их формирования.
14. Имидж государственного политика в российском социуме
15. Имидж руководителя как интегральный социальный образ.
16. Восприятие имиджа руководителя в коллективе.
17. Организационная культура и имидж руководителя.
18. Мифологизация как инструмент формирования имиджа (политика, шоу-бизнес и др.
19. Фирменный стиль как средство создания визуального имиджа организации.

Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Уровни сформированности компетенции	Основные признаки уровня
Пороговый	Знает приемы гармонизации форм, структур, комплексов. Основы композиции в дизайне.

	Умеет работать в различных пластических материалах с учетом их специфики как средств выражения замысла проектировщика. Умеет собрать необходимую информацию, переработать ее и предоставить в образной графической или объемной форме (при выполнении данных мыслительных операций и практических действий допускает отдельные ошибки). Владеет частичным проявлением умения формулировать проектные задачи, но не умеет переносить имеющиеся знания в новые условия, т. е. студент намечает план действий и производит выбор средств художественной выразительности по подсказке преподавателя.
Базовый	Знает основы теории и методологии проектирования. Умеет видеть и ставить творческую задачу, предполагающую самостоятельный поиск решения взаимосвязанного ряда задач на основе анализа условий и мобилизации имеющихся знаний. Умеет собрать необходимую информацию, переработать ее и предоставить в образной графической или объемной форме (при выполнении данных мыслительных операций и практических действий допускает отдельные ошибки). Владеет способами добиваться реализации художественно-дизайнерского замысла в проектной деятельности, но использует частичный перенос знаний, умений и навыков в новые условия и недостаточно проявляет активность в определении плана действий и выбора средств достижения художественной или проектной цели.
Повышенный	Знает механизм взаимодействия материальной и духовной культур основанный на методике системного анализа в процессе комплексного проектирования. Знает рациональные приемы поиска, отбора, систематизации и использования информации, пользуется методической и научной литературой по профилю подготовки и смежным вопросам. Умеет самостоятельно планировать свою деятельность в конкретной учебно-воспитательной ситуации, отбирать методы, приемы, средства решения художественной задачи, что способствует выработке индивидуального стиля проектной деятельности, как интегральной характеристики творческой индивидуальности в профессиональном становлении личности. Владеет методикой организации целостного художественно-творческого процесса, а также осознает необходимость использования информационно-компьютерной техники с целью оптимизации проектной деятельности. Владеет творческим переносом знаний и умений в новые условия.

Критерии оценки компетенций ПК-4 в рамках типового задания:

Оценка выполненных заданий (выполнение тестовых заданий и ответы на вопросы) осуществляется по следующим критериям:

1. Полнота представляемого материала, степень раскрытия материала (0 - 40 баллов);
2. Наличие примеров, иллюстраций (0 - 30 баллов);
3. Аргументированные выводы (0 - 30 баллов).

Типовое контрольное задание оценивается по 100-балльной шкале, которая переводится в пяти балльную шкалу в соответствии с действующим на текущий момент Положением о рейтинговой системе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов:

- оценка «5» выставляется в случае, если студент выполнил правильно 87–100 % типового задания;

- оценка «4» выставляется в случае, если студент выполнил правильно 75–86 % типового задания;
- оценка «3» выставляется в случае, если студент выполнил правильно 60–74 % типового задания;
- оценка «2» выставляется в случае, если студент выполнил правильно менее 60 % типового задания.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания (экзамен, зачеты)

Цель процедуры:

Целью промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) является оценка уровня усвоения обучающимися знаний, приобретения умений, навыков и сформированности компетенций в результате изучения учебной дисциплины (части дисциплины – для многосеместровых дисциплин).

Субъекты, на которых направлена процедура:

Процедура оценивания должна охватывать всех без исключения обучающихся, осваивающих дисциплину (модуль). В случае, если обучающийся не проходил процедуру без уважительных причин, то он считается имеющим академическую задолженность.

Период проведения процедуры:

Процедура оценивания проводится по окончании изучения дисциплины (модуля).

Требования к помещениям и материально-техническим средствам для проведения процедуры:

Требования к аудитории для проведения процедуры и необходимости применения специализированных материально-технических средств определяются преподавателем, исходя из содержания ФГОС.

Требования к кадровому обеспечению проведения процедуры:

Процедуру проводит преподаватель, ведущий дисциплину (модуль), как правило, проводящий занятия лекционного типа.

Требования к банку оценочных средств:

До начала проведения процедуры преподавателем подготавливается необходимый банк оценочных материалов для оценки знаний, умений, навыков. Банк оценочных материалов может включать вопросы открытого и закрытого типа, перечень тем, выносимых на опрос, типовые задания. Из банка оценочных материалов формируются печатные бланки индивидуальных заданий. Количество вопросов, их вид (открытые или закрытые) в бланке индивидуального задания определяется преподавателем самостоятельно.

Описание проведения процедуры:

Каждому обучающемуся, принимающему участие в процедуре преподавателем выдается вопрос. После получения вопроса и подготовки ответов обучающийся должен в меру имеющихся знаний, умений, навыков, сформированности компетенции дать развернутые ответы на поставленные в задании открытые вопросы и ответить на вопросы закрытого типа в установленное преподавателем время. Продолжительность проведения процедуры определяется преподавателем самостоятельно, исходя из сложности индивидуальных заданий, количества вопросов, объема оцениваемого учебного материала, общей трудоемкости изучаемой дисциплины (модуля) и других факторов.

Результаты процедуры:

Результаты проведения процедуры в установленном порядке проставляются преподавателем в зачетные книжки обучающихся и электронные ведомости, и представляются в деканат факультета. По результатам проведения процедуры оценивания преподавателем делается вывод о результатах промежуточной аттестации по дисциплине.