МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

|  |  |
| --- | --- |
|  | УТВЕРЖДАЮ  Проректор по образовательной деятельности  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ В.Г. Шубаева  «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_\_\_г. |

***Имиджмейкинг***

**Рабочая программа дисциплины**

|  |  |
| --- | --- |
| Направление подготовки/ *Специальность* | *42.03.01 Реклама и связи с общественностью* |
| Направленность (профиль) программы/  *Специализация* | *Медиапродукт и цифровые коммуникации* |
| Уровень высшего образования | *Бакалавриат* |
| Форма обучения | *очная* |
| Год набора | *2025* |

Составитель*(и)*:

|  |
| --- |
| д.пед.н, Семенова Лидия Михайловна |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Часов по учебному плану | 180 | **Виды контроля в семестрах:**   |  | | --- | | Экзамен: семестр 6 | |
| в том числе: |  |
| контактная работа | 80 |
| самостоятельная работа | 64 |
| практическая подготовка | 0 |
| часов на контроль | 36 |

**Распределение часов дисциплины:**

|  |  |
| --- | --- |
| Семестр: | 6 |
| Вид занятий | Часы |
| Лекционные занятия | 38 |
| Практические занятия | 42 |
| Лабораторные работы |  |
| **Итого аудиторных часов** | **80** |
| Самостоятельная работа | 64 |
| Часы на контроль | 36 |
| **Итого академических часов** | **180** |
| **Общая трудоемкость в зачетных единицах** | **5** |

Санкт-Петербург

2025

**СОДЕРЖАНИЕ**

[**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ** 3](#_Toc182577870)

[**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ** 3](#_Toc182577871)

[**3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ** 3](#_Toc182577872)

[**4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ\*** 4](#_Toc182577873)

[**5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ** 5](#_Toc182577874)

[**5.1 Рекомендуемая литература** 5](#_Toc182577875)

[**5.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в т.ч. отечественного производства** 6](#_Toc182577876)

[**5.3 Перечень информационных справочных систем (ИСС) и современных профессиональных баз данных (СПБД)** 6](#_Toc182577877)

[**6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ** 6](#_Toc182577878)

[**7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ** 8](#_Toc182577879)

[**8. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ** 9](#_Toc182577880)

[**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ** 10](#_Toc182577881)

[**1.1 Контрольные вопросы и задания к промежуточной аттестации** 10](#_Toc182577882)

[**1.2 Темы письменных работ** 12](#_Toc182577883)

[**1.3 Контрольные точки** 12](#_Toc182577884)

[**1.4 Другие объекты оценивания** 12](#_Toc182577885)

[**1.5 Самостоятельная работа обучающегося** 12](#_Toc182577886)

[**1.6 Шкала оценивания результата** 12](#_Toc182577887)

# **1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

|  |  |
| --- | --- |
| **Цель:** | Формирование профессиональных знаний, умений и навыков в предметной области имиджмейкинга, что обеспечивает основу для их применения, как в частной практике, так и в ситуации участия в крупномасштабных имиджевых проектах, коммуникационных кампаниях и мероприятиях для коммерческих организаций. |

# **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Дисциплина Б1.В Имиджмейкинг относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1.

# **3.** **ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

| **Код и наименование компетенции выпускника** | **Код и наименование индикатора достижения компетенций** | **Планируемые результаты обучения по дисциплине** |
| --- | --- | --- |
| ПК-6 - Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью | ПК-6.2 - Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью | Знать: специфику организации исследования и проектирования имиджа организации и персоны; методики и техники исследования корпоративного и персонального имиджа.  Уметь: моделировать, проектировать, корректировать, сохранять и защищать имидж базисного субъекта; планировать и реализовывать имиджевые кампании..  Владеть: навыками проектирования имиджевых и коммуникационных кампаний.. |
| ПК-8 - Способен реализовывать знания в области рекламы и связи с общественностью как сферы профессиональной деятельности | ПК-8.2 - Владеет общими принципами формирования коммуникационного продукта | Знать: терминологический аппарат имиджелогии; специфику организации исследования, проектирования и построения корпоративного и персонального имиджа; социальные, экономические и политические причины возникновения и развития имиджмейкинга как одного из коммуникационных направлений; основные подходы к формированию и управлению имиджем как технологическим процессом.  Уметь: исследовать рынок, анализировать имиджевые процессы; разрабатывать комплекс прикладных имиджевых технологий..  Владеть: навыками использования основных имиджевых инструментов при планировании, производстве и (или) реализации коммуникационного продукта.. |

# **4.** **СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ\***

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Номер и наименование тем и/или разделов/тем** | **Содержание дисциплины** | | **Объем дисциплины**  **(академические часы)** | | | | |
| **Контактная работа** | | | | **СРО** |
| **ЗЛТ** | | **ПЗ** | **ЛР** |
| Тема 1. Понятие имиджа и имиджмейкинга. Имидж в системе коммуникации. | Объект и предмет имиджелогии. Имидж и имиджмейкинг: определение понятий. Терминосистема имиджмейкинга. Генезис и современное состояние проблемы имиджа в России.-Генезис и современное состояние проблемы имиджа в России и за рубежом. Использование основных имиджевых инструментов при планировании, производстве и (или) реализации коммуникационного продукта. Структура имиджа. Принципы и законы формирования имиджа. Смежные понятия: образ, репутация, стереотип и др. Цели, задачи и функции имиджа. Имидж как коммуникативно-управленческий феномен. Роль имиджа в формировании общественного мнения. Имиджмейкинг в системе коммуникации, его роль и место. Привлечение и удержание внимания аудитории с помощью имиджа. Формирование установки на доверие/недоверие. Использование особенностей социальных групп и общих особенностей восприятия в формировании имиджа. Психологические особенности формирования имиджа. Типология имиджа. | | 9 | | 10 |  | 16 |
| Тема 2. Понятие корпоративного имиджа и его структурные модели. | Понятие корпоративного имиджа и репутации. Структурные модели и этапы формирования корпоративного имиджа. Имидж бренда. Роль внутреннего и внешнего имиджа корпорации. Диагностика имиджа: методы социологических и маркетинговых исследований. Идеология компании и ее внутренний имидж. Функция идеологии в формировании имиджа. Функция самоидентификации персонала. Аксиологическая функция корпоративного имиджа. Фундамент имиджа. Неосязаемый имидж. Принципы поддержания имиджа. Планирование, подготовка и проведение имиджевых коммуникационных кампаний и мероприятий для коммерческих организаций. Процесс управления корпоративным имиджем. Значение имиджа организации, товара/услуги, руководителя для общественного мнения. Создание лояльности к организации с помощью имиджа. Реклама как инструмент управления имиджем. Особенности имиджевой рекламы как сферы профессиональной деятельности. Особенности управления имиджем в сети интернет. Содержание основных этапов имиджевой кампании и виды мероприятий в рекламной деятельности и в связях с общественностью. Разработка проекта имиджевой кампании. | | 10 | | 11 |  | 16 |
| Тема 3. Моделирование и алгоритм формирования персонального имиджа. | Понятие индивидуального имиджа и самопрезентации. Исследование имиджа персоны: кабинетные и полевые исследования. Структура персонального имиджа и этапы формирования. Причины деструкции имиджа. Технологии формирования и корректировки имиджа: SERM, самопрезентация, спин-докторинг и др. | | 10 | | 11 |  | 16 |
| Тема 4. Специфика формирования эффективного имиджа в профессиональной среде. | Профессиональный имидж и профессиональные качества специалиста в области рекламы и связей с общественностью. Требования современного рынка труда. Профессиональная карьера и имидж. Самомаркетинг. Персональный бренд. Персональная имиджевая карта. Имидж-форсайт как предиктор конкурентоспособности будущего специалиста. | | 9 | | 10 |  | 16 |
| **Контроль:** | | | | | | | **36** |
| **Всего по дисциплине:** | | **38** | | **42** | |  | **64** |

\*ЗЛТ – занятия лекционного типа, ПЗ – все виды занятий семинарского типа, кроме лабораторных работ, ЛР – лабораторные работы, СРО – самостоятельная работа обучающегося

# **5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

## **5.1 Рекомендуемая литература**

|  |  |
| --- | --- |
| **Библиографическое описание издания (автор, заглавие, вид, место и год издания, кол. стр.)** | **Электронные ресурсы** |
| Семенова Л.М. Имиджмейкинг: учебник и практикум для академического бакалавриата / Л.М. Семенова. М.: Изд-во Юрайт, 2024. – 141 с. | [https://urait.ru/viewer/tehnol ... socialnoy-rabote-543634#page/1](https://urait.ru/viewer/tehnologiya-formirovaniya-imidzha-pr-i-reklamy-v-socialnoy-rabote-543634#page/1) |
| Семенова Л.М. Профессиональный имиджбилдинг на рынке труда: учебник и практикум для академического бакалавриата / Л.М. Семенова. М.: Изд-во Юрайт, 2024. – 243 с. | [https://urait.ru/viewer/profes ... hbilding-na-rynke-truda-541877](https://urait.ru/viewer/professionalnyy-imidzhbilding-na-rynke-truda-541877) |

## **5.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в т.ч. отечественного производства**

|  |
| --- |
| - 7-Zip |
| - ОС Альт образование 10 |
| - LibreOffice Base |
| - LibreOffice Calc |
| - LibreOffice Writer |

## **5.3 Перечень информационных справочных систем (ИСС) и современных профессиональных баз данных (СПБД)**

|  |  |
| --- | --- |
| **№** | **Наименование СПБД/ ИСС** |
| 1. | Электронная библиотека Grebennikon.ru – [www.grebennikon.ru](http://www.grebennikon.ru) |
| 2. | Научная электронная библиотека eLIBRARRY – www.elibrary.ru |
| 3. | Научная электронная библиотека КиберЛеника – www.cyberleninka.ru |
| 4. | База данных ПОЛПРЕД Справочники – [www.polpred.com](http://www.polpred.com) |
| 5. | База данных OECD Books, Papers & Statistics на платформе OECD iLibrary  [www.oecd-ilibrary.org](http://www.oecd-ilibrary.org) |
| 6. | Справочная правовая система КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс  СПбГЭУ или www.consultant.ru) |
| 7. | Справочная правовая система «ГАРАНТ» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.garant.ru) |
| 8. | Информационно-справочная система «Кодекс» (инсталлированный ресурс  СПбГЭУ или www.kodeks.ru) |
| 9. | Электронная библиотечная система BOOK.ru - www.book.ru |
| 10. | Электронная библиотечная система ЭБС ЮРАЙТ – www.urait.ru |
| 11. | Электронно-библиотечная система ЗНАНИУМ (ZNANIUM) – [www.znanium.com](http://www.znanium.com) |
| 12. | Электронная библиотека СПбГЭУ– opac.unecon.ru |

# **6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ) групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Помещения оснащены оборудованием и техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

|  |  |
| --- | --- |
| **Наименование учебных аудиторий, перечень** | **Адрес (местоположение) учебных аудиторий** |
| Ауд. 340 Компьютерный класс (для проведения практических занятий, курсового проектирования (выполнения курсовых работ) с применением вычислительной техники). Оборудован мультимедийным комплексом.Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 25 посадочных мест, рабочее место преподавателя, тумба - 1 шт., доска маркерная - 1 шт., вешалка стойка - 2 шт., жалюзи - 2 шт., Моноблок AIO IRU 308 intel 2.8 Ghz/4 Gb/1Tb - 12 шт., Ноутбук HP 250 G6 1WY58EA - 13 шт. Гарнитура Sanako SLH07 с кабелем RJ11 - USB 1,5 метра - 12 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия. | 191023, г. Санкт-Петербург, Москательный пер., д. 4, литер «В» |
| Ауд. 363 Компьютерный класс (для проведения практических занятий, курсового проектирования (выполнения курсовых работ) с применением вычислительной техники). Оборудован мультимедийным комплексом.Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 12 посадочных мест, учебная мебель на 8 посадочных мест (учебных столов 8шт., стульев 16шт.), рабочее место преподавателя, доска маркерная 1 шт., вешалка стойка 1шт., жалюзи 1шт. Компьютер Universal №1 - 4 шт., Компьютер Intel i3-2100 2.4 Ghz/4 4Gb/500Gb/Acer V193 19" - 10 шт., Моноблок AIO IRU 308 intel 2.8 Ghz/4 Gb/1Tb - 1 шт., Сетевой коммутатор Switch на 24+2порта - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия. | 191023, г. Санкт-Петербург, Москательный пер., д. 4, литер «В» |
| Ауд. 104 Учебная аудитория (для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации), оборудована мультимедийным комплексом.Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 76 посадочных мест (38 учебных столов, 76 стульев), рабочее место преподавателя, стол 1шт., доска меловая (3-х секционная) 1 шт., вешалка стойка 3шт., жалюзи 3шт. , Компьютер Intel i3-2100 2.4 Ghz/4 4Gb/500Gb/Acer V193 19" - 1 шт., Проектор NEC М350 Х - 1 шт., Акустическая система JBL CONTROL 25 WH - 2 шт., Экран с электроприводом, DRAPER 96 - 1 шт., Микшер-усилитель (JPA-1240A) 240 Вт/100 В - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия. | 191023, г. Санкт-Петербург, Москательный пер., д. 4, литер «В» |

# **7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Приступая к изучению дисциплины, обучающемуся необходимо ознакомиться со следующими документами:

* учебно-методической документацией;
* локальными нормативными актами, регламентирующими основные вопросы организации и осуществления образовательной деятельности, в том числе регламентирующие порядок проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся;
* графиком консультаций сотрудников профессорско-преподавательского состава.

Уровень и глубина освоения дисциплины определяются активной и систематической работой обучающихся на лекционных занятиях, занятиях семинарского типа, выполнением самостоятельной работы, в том числе в части выделения наиболее значимых и актуальных проблем для дальнейшего изучения. Особым условием качественного освоения дисциплины является эффективная организация труда, позволяющая распределить учебную нагрузку равномерно в соответствии с графиком учебного процесса.

При подготовке к учебным занятиям обучающимся предоставляется возможность посещения консультаций сотрудников профессорско-преподавательского состава СПбГЭУ согласно расписанию, установленному в графике консультаций.

Аудиторная и внеаудиторная работа обучающихся должна быть направлена на формирование:

* фундаментальных основ мировоззрения обучающихся и естественнонаучного познания;
* базисных знаний, соответствующих направлению подготовки и заявленной профессиональной области, формирующих целевую и профессиональную основу для подготовки кадров;
* профессиональных компетенций ориентированных на удовлетворение потребностей рынка труда;
* индивидуальной траектории посредством освоения уникального набора профессиональных компетенций дополняющих компетентностную модель обучающегося, за счет ориентации на конкретные профессиональные специализированные области знаний, определяемые представителями рынка труда;
* метанавыков обучающихся, таких как: командная работа и лидерство, анализ данных, цифровые навыки, разработка и реализация проектов, межкультурное взаимодействие.

# **8. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Университет обеспечивает:

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению: размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий; присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь; выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху: надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата: возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения кафедры, а также пребывание в указанных помещениях.

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья. Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

# **ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

## **1.1 Контрольные вопросы и задания к промежуточной аттестации**

|  |  |
| --- | --- |
| 1 | Понятие имиджа, имиджелогии, имиджмейкинга. Роль в современном мире. |
| 2 | Имидж и смежные понятия: образ, стереотип, репутация, бренд, реклама. |
| 3 | Алгоритм формирования имиджа. |
| 4 | Основные этапы проектирования имиджевой кампании. |
| 5 | Типологии имиджа. Особенности и характеристики имиджа. |
| 6 | Вербальный и паравербальный имидж: специфика и технологии формирования. |
| 7 | Самопрезентация в современном мире: требования, этапы и особенности. |
| 8 | Средовой имидж: понятие, содержание, принципы формирования. |
| 9 | Эффективный самомаркетинг: понятие, требования к организации. |
| 10 | Методы исследования имиджа. |
| 11 | Техники сохранение и защиты имиджа. |
| 12 | Особенности этапа проектирования имиджа. |
| 13 | Диагностика имиджа бренда. Методика исследования. |
| 14 | Структурные модели корпоративного имиджа: авторские подходы и компоненты. |
| 15 | Основные этапы имиджевой кампании и виды мероприятий. |
| 16 | Репутационный менеджмент в компании: сущность и технологии. |
| 17 | Имиджевые мероприятия по позиционированию и репозиционированию бренда для коммерческих организаций. |
| 18 | Особенности имиджевой рекламы как сферы профессиональной деятельности. |
| 19 | Профессиональные качества имиджмейкера. |
| 20 | Генезис и современное состояние проблемы имиджа в России и за рубежом. |
| 21 | Критерии построения имиджевой стратегии в области рекламы и связей с общественностью. |
| 22 | Особенности управления имиджем в сети интернет. |
| 23 | Технологии формирования и корректировки имиджа: SERM, самопрезентация, спин-докторинг и др. |
| 24 | Персональный бренд и имидж. |
| 25 | Имидж, ориентированный на самоощущение. |
| 26 | Индивидуальный/профессиональный имидж: понятие, принципы формирования. |
| 27 | Территориальный имидж: структура, компоненты. |
| 28 | Роль нейминга в построении корпоративного имиджа. |
| 29 | Имидж на рынке труда. Профессиональная карьера. |
| 30 | Персональная имиджевая карта. Имидж-форсайт. |
| 31 | Имидж в шоу-бизнесе. Особенности построения. |
| 32 | Политический и геополитический имидж. Специфика и принципы построения. |
| 33 | Кинетический имидж: понятие и особенности формирования. |
| 34 | Причины деструкции корпоративного и персонального имиджа. |
| 35 | Особенности имиджбилдинга в деловой коммуникации. |
| 36 | Понятие имиджелогической компетентности. |
| 37 | Терминологический анализ по учебному курсу «Имиджмейкинг». |
| 38 | Овеществленный имидж. Специфика построения. |
| 39 | Имидж и репутация: сравнительный анализ, структура. |
| 40 | Имидж, ориентированный на восприятие. |
| 41 | Имиджевая реклама: понятие и принципы создания. |
| 42 | Корпоративный имидж: понятие и этапы формирования. |
| 43 | Габитарный имидж: понятие, особенности построения. |
| 44 | Ментальный имидж: понятие, специфика создания. |
| 45 | Бизнес-имидж: понятие, особенности построения. |
| 46 | Имиджменеджмент. Методы управления имиджем. |
| 47 | Индивидуальный стиль и имидж. Алгоритм создания. |
| 48 | Имидж в разных контекстах. |
| 49 | Особенности построения имиджа молодого специалиста на рынке труда. |
| 50 | Понятие имидж-проекта, этапы разработки и реализации. |
| 51 | Разработайте варианты имиджа, целесообразные с точки зрения следующих подразделений организации: производственного, маркетингового, финансового отделов и отдела по связям с общественностью. Определите, какой суммарный имидж организации сложился бы при реализации предложенных вами вариантов. |
| 52 | Установить соотношение характеристик частным имиджам. |
| 53 | среда обитания;-A)-устная и письменная речь; |
| 54 | габитарный имидж;-Б) мебель, здание; |
| 55 | деловой имидж;-B)-язык телодвижений; |
| 56 | вербальный имидж;-Г) внешний облик; |
| 57 | невербальный имидж. Д) предметы, созданные человеком. |
| 58 | Составить имиджевый портрет для врача-косметолога (женщины) одного из престижных салонов «красоты». Выбрать стратегию целевого имиджа. В целевую группу войдут женщины и мужчины старше 35 лет со средним и высоким уровнем доходов. Приоритетная имиджевая задача — заслужить доверие и авторитет. Ожидаемые имиджевые эффекты — позитивность, влиятельность и органичность. |
| 59 | Написать короткое эссе на тему: зачем нужна благотворительность? Как она связана с имиджем? Привести примеры. |
| 60 | Кейс. Крупный холдинг расположен в городе с 500-тысячным населением в Поволжском регионе. Это один из крупнейших холдингов в стране состоит из 6 тыс. работников. Однако, несмотря на эти показатели, руководство компании полагает, что компания не добилась позитивного имиджа и надежной репутации в местном сообществе. Руководитель коммуникационного отдела получает задание подготовить проект и новый план проведения имидж-мероприятий на ближайший финансовый год. Первая из выработанных им рекомендаций заключается в том, чтобы провести исследование того, как местное сообщество воспринимает имидж компании. |
| 61 | Критерий |
| 62 | Шкала (баллы) |
| 63 | Минимум 20 баллов, максимум 40 баллов |
| 64 | Задание выполнено правильно, продемонстрировано систематическое и глубокое знание заявленных компетенций, обучающимся предоставлен правильный ответ на дополнительные вопросы (при наличии) |
| 65 | 5-10 |
| 66 | Задание выполнено правильно, но допущены несущественные ошибки, обучающимся допущены небольшие неточности в ответах на дополнительные вопросы (при наличии) |
| 67 | 5-10 |
| 68 | Задание выполнено частично, на дополнительные вопросы (при наличии) даны неполные и поверхностные ответы |
| 69 | 5-10 |
| 70 | Задание не выполнено, ответы на дополнительные вопросы (при наличии) не предоставлены |
| 71 | 5-10 |

## **1.2 Темы письменных работ**

|  |  |
| --- | --- |
|  | Рабочей программой дисциплины не предусмотрено. |

## **1.3 Контрольные точки**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Номер контрольной точки** | **Тип контрольной точки** | **Способ проведения** | **Номера тем** |
| 1 | Проектно-аналитическая работа | письменно | 1-2 |
| 2 | Информационно-аналитическая работа | письменно | 3-4 |
| 3 | Текущий контроль | с помощью технических средств и информационных систем | 1-4 |

## **1.4 Другие объекты оценивания**

|  |  |
| --- | --- |
|  | Рабочей программой дисциплины не предусмотрено. |

## **1.5 Самостоятельная работа обучающегося**

|  |  |
| --- | --- |
| **Наименования самостоятельной работы** | **Номера тем** |
| Подготовка к лекционным и практическим занятиям | 1-4 |
| Выполнение домашних заданий | 1-4 |
| Разработка индивидуальных/ групповых проектов | 1-2 |
| Подготовка к экзамену | 1-4 |

## **1.6** **Шкала оценивания результата**

Шкалы оценивания и процедуры оценивания результатов обучения **по дисциплине** регламентируются Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования и Положением о балльно-рейтинговой системе.

Для оценки сформированности результатов обучения по дисциплине используется **балльно-рейтинговая система успеваемости обучающихся**:

Формой итогового контроля по дисциплине является экзамен (или дифференцированный зачет), итоговая оценка формируется в соответствии со шкалой, приведенной ниже в таблице:

|  |  |
| --- | --- |
| Баллы | Оценка |
| <=54 | неудовлетворительно |
| 55-69 | удовлетворительно |
| 70-84 | хорошо |
| >=85 | отлично |

**Шкала оценивания результата**

|  |  |
| --- | --- |
| 2 (балл до 54) | Демонстрирует непонимание проблемы. Многие требования, предъявляемые к заданию не выполнены.  Демонстрируется первичное восприятие материала. Работа незакончена и /или это плагиат. |
| 3 (балл 55-69) | Демонстрирует частичное понимание проблемы. Большинство требований, предъявляемых, к заданию выполнены.  Владение элементами заданного материала. В основном выполненный материал понятен и носит целостный характер. |
| 4 (балл 70-84) | Демонстрирует значительное понимание проблемы обозначенной дисциплиной. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены.  Содержание выполненных заданий раскрыто и рассмотрено с разных точек зрения. |
| 5 (балл 85-100) | Демонстрирует полное понимание проблемы. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены.  Продемонстрировано уверенное владение материалом дисциплины. Выполненные задания носят целостных характер, выполнены в полном объеме, структурированы, представлены различные точки зрения, продемонстрирован творческий подход. |