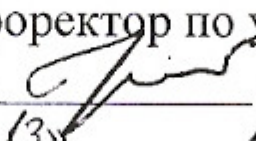


МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования
«Вологодский государственный технический университет»
(ВоГТУ)

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
 А.Н. Тритенко
« 13 » 11 2013 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ИМИДЖЕЛОГИЯ

Направление подготовки: 140400.62 – Электроэнергетика и электротехника

Профиль подготовки: электроснабжение

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

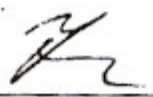
Форма обучения: заочная

Факультет: заочного и дистанционного обучения

Кафедра: социально-культурного сервиса и туризма

Вологда
2013

Составитель рабочей программы
канд. филол. наук, доцент кафедры СКС и Т


Н.Д. Серeda

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры СКС и Т
Протокол заседания № 1 от «20» сентября 2013 г.

Заведующий кафедрой
«20» сентября 2013 г.


Л.Ф. Гостева

Рабочая программа одобрена методическим советом гуманитарного факультета.
Протокол заседания № 1 от «20 » сентября 2013 г.

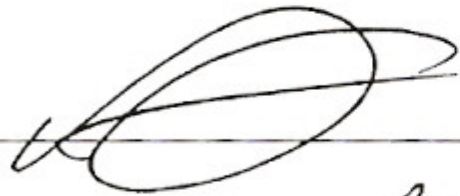
«20» сентября 2013 г.


В.Н. Асташов

СОГЛАСОВАНО:

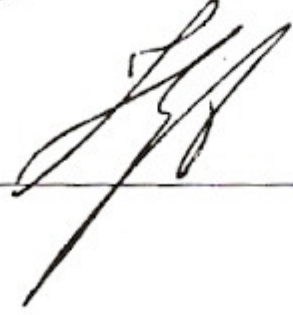
Декан ФЗДО

«13» ноября 2013 г.


А.Н. Швецов

Заведующий кафедрой электроснабжения

«12» ноября 2013 г.


Н.Д. Поздеев

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения учебной дисциплины «Имиджелогия» является формирование культуры успешной самореализации специалистов в различных сферах деятельности.

Задачи курса:

- приобщение студентов к теоретическим основам имиджелогии;
- ознакомление студентов с инструментарием имиджелогии, формирование у них навыков использования имиджевых характеристик в различных сферах деятельности: экономической, социокультурной, политической, а также персонального имиджмейкинга;
- обучение студентов технологиям формирования имиджа и управления им;
- формирование культуры успешной самореализации специалистов.

2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО

Дисциплина относится к гуманитарному, социальному и экономическому циклу ООП ВПО, (дисциплина по выбору), изучается в 5,6 семестре.

Для освоения данной дисциплины как последующей необходимо изучение следующих дисциплин и частей ООП: культура речи, история, культурология.

Формируются требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

знать : теоретические основы имиджелогии как проектной деятельности;

уметь: дать правильную оценку обстоятельств и условий продвижения имиджевого проекта, составить программу его реализации;

владеть: технологиями формирования имиджа и управления им.

3. КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТА, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ / ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБРАЗОВАНИЯ И КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТА ПО ЗАВЕРШЕНИИ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В результате освоения дисциплины студент должен

знать: работу в коллективе; современный уровень мировоззренческих и социально значимых проблем общества и человека (ОК-2, 3,4);

уметь: находить организационно-управленческие решения в нестандартных условиях и в условиях различных мнений и готовностью нести за них ответственностью; принимать участие в диалогических и полилогических ситуациях общения; использовать современное естественнонаучное знание в профессиональной деятельности (ОК-2,3,4);

владеть: способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных условиях и в условиях различных мнений и готовностью нести за них ответственностью; способностью к письменной и устной коммуникации на государственном языке; умением логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2, 3,4).

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 ЗЕТ (72 часа), в том числе в семестрах:

Семестр №	Трудоемкость					РПР, контрольная работа	Форма промежуточной аттестации
	Всего		Аудиторная	СРС	зачет.		
	ЗЕТ	час.	час.	час.	час.		
5,6	2	72	Всего 8, 6 – лекции; 2 – практич. занятия	60	4	1	зачет

Распределение результатов обучения и компетенций по семестрам, темам учебной дисциплины с указанием видов учебной деятельности и их содержания, образовательных технологий, последовательности учебных недель, трудоемкости, форм текущего контроля и промежуточных аттестаций представлено в соответствующей таблице.

	Наименование темы	Кол-во недель	Трудоемкость							
			аудиторная работа, час				СРС, час			
			Всего	Лекция	Практ.	Лаб. раб.	Всего	Изучение материала	КР, РГР, КПиКР	Текущий промежут. контроль
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	Тема / лекция 1: Теоретические основы имиджелогии. Типология имиджа. Имиджмейкинг. Имиджелогия как синкретичная дисциплина. Имиджмейкинг как деятельность. Понятие и содержание имиджа. Предмет и функции имиджа: ценностные и технологические. Психологические основы имиджа. Типология имиджа (различные подходы). Имиджевая коммуникация. Каналы трансляции имиджа.	6	4	2	-	-	15	10	контр. работа	-
2	Тема / лекция 2: Формирование имиджа организации (корпоративного имиджа). Понятие имиджа организации. Содержание и компоненты имиджа организации (различные подходы). Уровни имиджа организации. Основные этапы формирования имиджа организации. Технологии построения имиджа организации. Имидж и репутация организации. Значение имиджа для организации.		2	2	-	-	15	10		-
3	Тема / лекция 3: Корпоративная культура организации. Корпоративная культура как система: понятие, функции, структура, атрибуты, значение. Национальные особенности корпоративной культуры. Российская корпоративная культура. Субъекты и объекты интересов организации. Структура и особенности внешней и внутренней аудиторий. Корпоративная этика; корпоративная философия; миссия организации. Типология корпоративной культуры. Критерии идентификации корпоративной культуры.		2	2	-	-	15	10		-

4	Тема / семинар 4: Формирование имиджа личности (персонального имиджа, имиджа лидера). Понятие имиджа личности. Содержание и компоненты имиджа личности (различные подходы). Основные этапы формирования имиджа личности. Технологии построения имиджа личности. Имидж и репутация личности. Значение имиджа для личности. Соотношение понятий: самопрезентация, управление впечатлением, самораскрытие, самовыражение, имидж. Формы имиджа личности: габитарный, визуальный, вербальный. Технологии самопрезентации. Деловой этикет. Содержание, принципы и значение делового этикета. Виды деловой коммуникации и особенности делового этикета в них: содержание, психологические аспекты. Вербальный и невербальный имидж. Коммуникативные барьеры. Коммуникативные неудачи. Публичное выступление: вербальные и невербальные способы воздействия на аудиторию, значение.				2		15	10		
Итого:			8	6	2	-	60	40	20	зачет – 4

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

5.1. Разделы / темы, перечень контрольных вопросов для проведения текущего контроля и / или промежуточной аттестации

№ п/п	Раздел / тема, контрольные вопросы
1	2
Раздел / тема 1: Теоретические основы имиджологии. Типология имиджа. Имиджмейкинг	
	1. Дайте характеристику ключевых понятий имиджологии. 2. Раскройте содержание функций имиджа. 3. Обозначьте типичные ошибки в построении имиджа. 4. Каковы основные составляющие самопрезентации руководителя и компании? 5. Каковы способы формирования системы ценностей компании и личности? 6. Кто ввел в деловой оборот понятие имиджа? 7. Какие новые направления профессиональной деятельности появились в связи с популяризацией знаний по имиджологии? 8. Какие первые работы в области политологии использовали специфический феномен «имиджа»? 9. Какое значение имеет владение техниками имиджологии для современного человека? 10. Какие знания по имиджологии пришли к нам из работ Гиппократ, Аристотеля, Галена, Парацельса, Шопенгауэра, Дарвина, Ницше? 11. Какие дисциплины составляют информационный банк имиджологии? 12. Какие виды имиджологии выделяются по специфике профессиональной деятельности?
Раздел / тема 2: Формирование имиджа организации (корпоративного имиджа)	
	1. Чем определяется имидж организации в условиях современного рынка услуг. 2. Что представляет собой имидж фирмы внутренний и внешний? 3. В чем заключаются критерии и показатели формирования имиджа? 4. Чем определяется имидж образовательного учреждения? 5. Перечислите компоненты имиджа руководителя. 6. Какими свойствами должен обладать имидж руководителя. 7. В чем заключается собственная мотивация развития Я-концепции руководителя? 8. Что является объектом и предметом имиджмента руководителя? 9. Какие существуют направления использования формирования имиджа? 10. Охарактеризуйте этапы формирования имиджа в целях рекламы? 11. Какие социально-психологические методы используются в формировании имиджа? 12. Какие Вы знаете объекты формирования имиджа компании? 13. Классификация корпоративного имиджа. 14. Что включает в себя управление корпоративной идентичностью? 15. Как формируется корпоративный имидж?
Раздел / тема 3: Корпоративная культура организации	
	1. Корпоративная культура: понятие, функции, основные атрибуты. 2. Национальные особенности корпоративной культуры. История российской деловой культуры. 3. Субъекты и объекты интересов организации: - структура и особенности внешней аудитории; - структура и особенности внутренней аудитории.

4. Структура корпоративной культуры:
 - материальная культура организации;
 - культура управления в организации;
 - культура организации труда в организации;
 - культура руководителя организации;
 - фирменный стиль.
5. Принципы корпоративной культуры:
 - корпоративная этика;
 - корпоративная философия;
 - миссия организации.
6. Типология корпоративной культуры:
 - классификация Т. Дила и А. Кеннеди;
 - классификация Ф. Тромпенаарса.
7. Критерии идентификации корпоративной культуры (С. Роббинс).
8. Формирование и поддержание корпоративной культуры в организации:
 - роль основателей организации в формировании корпоративной культуры;
 - механизмы передачи корпоративной культуры;
 - факторы, способствующие поддержанию корпоративной культуры.
9. Доминирующая корпоративная культура и субкультуры в организации. Типы субкультур и контркультур, их взаимодействие.
10. Уровни корпоративной культуры. Различные классификации уровней (Э. Шейн, Т. Дил и А. Кеннеди, Т. Трайс и Дж. Бейер, др.)
11. Типы взаимодействия при овладении корпоративной культурой.
12. Значение корпоративной культуры. Роль корпоративной культуры в успехе организации.

Раздел / тема 4: Формирование имиджа личности (персонального имиджа, имиджа лидера)

1. Самопрезентация как способ актуализации интереса людей к своим качествам: понятие, содержание, психологические аспекты, вербальная и невербальная составляющие, коррекция внешнего вида и ее значение.
2. Качества личности: коммуникабельность, способность к эмпатии, тактичность, воспитанность, обаяние, др.
3. Конфликт: виды, специфика, технологии предотвращения и преодоления.
4. Публичное выступление: вербальные и невербальные способы воздействия на аудиторию.
5. Виды и этикет делового общения: содержание, психологические аспекты (общение с клиентами, общение по телефону, общение по e-mail, деловая переписка, деловая беседа, переговоры, др.).
6. В чем различия понятий «личность», «индивид» и «индивидуальность»?
7. Как соотносится имидж Я-реального и Я-идеального у других?
8. Как использовать типологию личности для оценки имиджевой предрасположенности потребителей?
9. Какие методы применяются для создания психологического портрета личности.
10. За счет чего происходит отбор информации о человеке в процессе построения имиджа?
11. Что означает прямая и косвенная информация о человеке?
12. Какое значение роли в коррекции поведения личности?

5.2. Примерные вопросы к зачету по дисциплине «Имиджелогия»

1. Имиджелогия: предмет, задачи, содержание.
2. Имиджмейкинг как направление PR-деятельности.
3. Имидж: понятие, функции, содержание, значение.
4. Методика оценка эффективности имиджа.
5. Психологические основы имиджа.
6. Имиджевая коммуникация: принципы и методы.
7. Типология имиджа (различные подходы).
8. Инструментарий имиджелогии: позиционирование, детализация, утрирование, трансформация, мифологизация, вербализация, др.
9. Использование инструментария имиджелогии.
10. Управление имиджем.
11. Имидж организации (корпоративный имидж): содержание, технологии формирования.
12. Имидж лидера (персональный имидж): содержание, технологии формирования.
13. Имидж территории: содержание, технологии формирования.
14. Имидж общественного движения / идеи: содержание, технологии формирования.
15. Имидж продукта (товара или услуги): содержание, технологии формирования.
16. Технологии самопрезентации.
17. Каналы трансляции имиджа: проблема выбора.
18. Публичное выступление: подготовка и организация.
19. Этикет делового общения: содержание, принципы, значение.
20. Имиджевый проект: принципы и технологии разработки.
21. Корпоративная культура как система: понятие, функции, структура, атрибуты, значение.
22. Национальные особенности корпоративной культуры. Российская корпоративная культура.
23. Субъекты и объекты интересов организации. Структура и особенности внешней и внутренней аудиторий.
24. Принципы корпоративной культуры: корпоративная этика; корпоративная философия; миссия организации.
25. Типология корпоративной культуры: различные подходы (классификация Т. Дила и А. Кеннеди; Ф. Тромпенаарса, др. классификации).
26. Критерии идентификации корпоративной культуры (С. Роббинс).
27. Технологии формирования и поддержания корпоративной культуры в организации. Типы взаимодействия при овладении корпоративной культурой.
28. Доминирующая корпоративная культура и субкультуры в организации. Типы субкультур и контркультур, их взаимодействие.
29. Уровни корпоративной культуры: различные подходы (классификации Э. Шейна, Т. Дила и А. Кеннеди, Т. Трайса и Дж. Бейера, др.)
30. Технологии предупреждения и преодоления конфликтов в организации.

5.3. Примерные темы контрольной работы по дисциплине «Имиджелогия»

1. Формирование представлений об имидже во второй половине XX столетия.
2. Имидж как система и процесс. Формирование имидж-модели. Проблемы реализации имидж-модели.
3. Структура имиджа. Структурный подход к формированию имиджа.
4. Анализ имиджа конкретного исторического лица (различные сферы).
5. Эстетический аспект имиджа. Специфика эстетического компонента в имиджевом решении.

6. Психологический аспект персонального имиджа. Условия и предпосылки формирования эффективного персонального имиджа.
7. Профессиональные требования к имиджу (для конкретной профессии).
8. Место «Я-концепции» в структуре имиджа личности.
9. Имидж делового человека. Проблемы формирования и поддержания персонального имиджа в бизнес-среде.
10. Имидж как объект моделирования. Алгоритмы формирования имиджа.
11. Визуальное, вербальное, событийное, контекстное измерения имиджа.
12. Мифологизация как инструмент формирования имиджа (различные сферы).
13. Роль стереотипов в создании и восприятии имиджа.
14. Проблема визуализации имиджа.
15. Социальный имидж организации.
16. Роль PR в формировании позитивного корпоративного имиджа.
17. Феномен имиджа лидера. Технологии его конструирования.
18. Имидж творческого человека: элементы, стратегии продвижения.
19. Сайт как средство формирования имиджа.
20. Мониторинг сформированного имиджа. Пути и средства корректировки имиджа.
21. Фирменный стиль как нематериальный актив организации.
22. Пути и методы оптимизации имиджа.
23. Манипуляция: критерии и корни, проблема применения в построении имиджа.
24. Этические и коммуникативные проблемы имиджмейкинга.
25. Технологии имиджирования при устройстве на работу.

5.4. Примеры тестовых заданий

1. Завершите фразу: «Искусственный образ, создаваемый в общественном или индивидуальном сознании индивидами, средствами массовой коммуникации и психологического воздействия с целью формирования у общественности, отдельной социальной группы определённого отношения к объекту – это _____»
2. К функциям имиджа эффективного руководителя не относится:
 1. самоидентификация;
 2. персонификация;
 3. поддержание корпоративной культуры в коллективе;
 4. мотивация подчиненных.
3. Установите соответствие: к каждой позиции, данной в первом столбце, подберите соответствующую позицию из второго столбца.

Определение видов имиджа

- А) имидж, свойственный нашему представлению о себе
- Б) имидж, характерный для взгляда со стороны
- В) имидж, отражающий то, к чему мы стремимся
- Г) имидж организации в целом, а не каких-то отдельных подразделений или результатов её работы

Виды имиджа

- 1) корпоративный
- 2) текущий
- 3) желаемый
- 4) зеркальный

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Библиографическое описание по ГОСТ	Кол-во экземпляров в библиотеке ВоГТУ	Наличие литературы на кафедре и в других библиотеках
1	2	3
Основная литература		
1. Почепцов, Г.Г. Имиджелогия / Г.Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук: Ваклер, 2001. – 698 с.	2	
2. Ковальчук, А. С. Основы имиджеологии и делового общения : учеб. пособие для вузов по специальности "Социально-культурная деятельность" / А. С. Ковальчук . - Изд. 5-е, доп. и перераб. - Ростов н/Д: Феникс, 2007. - 283 с.	6	
3. Перелыгина, Е. Б. Психология имиджа : учеб. пособие для вузов / Е. Б. Перелыгина . - М. : Аспект Пресс , 2002 . - 223 с.	10	
4. Персикова, Т. Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура : учеб. пособие для вузов по специальности "Лингвистика и межкультур. коммуникация" / Т. Н. Персикова . - М. : Логос , 2007 . - 223, [1] с.	1	
5. Кондратьев, Э. В. Связи с общественностью : практикум: учеб. пособие / Э. В. Кондратьев . - М. : Академ. Проект , 2008 . - 191 с.	1	
Дополнительная литература		
1. Кибанов, А. Я. Этика деловых отношений : учебник для вузов по специальности "Упр. персоналом" / А. Я. Кибанов, Д. К. Захаров, В. Г. Коновалова . - М. : ИНФРА-М , 2007 . - 367 с.	3	
2. Богалдин-Малых, В. В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально-культурного сервиса : туристические, гостинично-ресторанные и развлекательные комплексы: учеб. пособие / В. В. Богалдин-Малых . - М.: МПСИ; Воронеж : МОДЭК , 2004 . - 559 с.	2	
3. Бороздина, Г. В. Психология делового общения : учебник для вузов по эконом. специальностям / Г. В. Бороздина . - 2-е изд. . - М. : ИНФРА-М , 2006 . - 293, [1] с.	15	
4. Бодуан, Жан-Пьер. Управление имиджем компании. Паблик рилейшнз : Предмет и мастерство / Жан-Пьер Бодуан . - М. : ИМИДЖ-Контакт: ИНФРА-М , 2001 . - 232 с.	1	
5. Алешина, И. В. Паблик Рилейшнз для менеджеров = Public Relations for managers : курс лекций: учебник / И. В. Алешина . - М. : ЭКМОС , 2003 . - 479 с.	9	
6. Корпоративная культура делового общения : гл. правила общения и поведения в соврем. о-ве / авт.-сост. И. Н. Кузнецов . - М. : АСТ ; Минск: Харвест , 2005 . - 607 с.	2	
7. Кузин, Ф.А. Современный имидж делового человека / Ф.А. Кузин. – М.: Ось –89, 2002. – 511 с.	-	
8. Панасюк, А.Ю. Я – Ваш имиджмейкер и готов помочь сформировать Ваш профессиональный имидж / А.Ю. Панасюк. – М.: Дело, 2003. – 240 с.	-	
9. Бороздина, Г. В. Психология делового общения : учебник	15	

для вузов по эконом. специальностям / Г. В. Бороздина . - 2-е изд. . - М. : ИНФРА-М , 2006 . - 293, [1] с.		
10. Капитонов, Э.А. Корпоративная культура и PR / Э.А. Капитонов, А.Э. Капитонов. – М., Ростов-н/Д: МарТ, 2003. – 416 с.	-	
Методическая литература		
1. Имиджелогия : метод. указания по орг. самостоят. работы для студентов дневной формы обучения специальностей 100103 и 080507 / сост. Н. Д. Серeda . - Вологда : ВоГТУ , 2009 . - 11, [1] с.	32	
Программное обеспечение и Интернет-ресурсы		
1. Академия имиджелогии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.academim.org .		

Ответственный за библиографию

Подп. /И.И. Саломашова/

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

№№ п/п	Перечень основного оборудования	Нумерация разделов/те м
1	2	3
1.	компьютер с программным обеспечением	все темы
2.	проекционная установка	

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО с учетом рекомендаций и ПрООП ВПО по направлению «Электроэнергетика и электротехника» и профилю подготовки «Электроснабжение» и согласно учебному плану указанных направления и профиля подготовки.