

МИНОБРНАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Институт экономики и менеджмента

УТВЕРЖДАЮ

Директор ИЭМ

  
В.В.Дёмин

  
31 мая 2017 г.

**Рабочая программа дисциплины**

**Имиджелогия**

Направление подготовки

**38.03.03 Управление персоналом**  
(уровень бакалавриата)

Профиль подготовки

**Управление персоналом организации в экономике знаний**

Форма обучения

Очная

Томск–2017

### 1. Код и наименование дисциплины

В 1.24. 2 Имиджелогия

### 2. Место дисциплины в структуре ООП

Относится к вариативной части ООП бакалавриата к дисциплинам по выбору студента  
Целью данного курса является освоение теоретических и практических основ имиджелогии.

### 3. Год/годы и семестр/семестры обучения.

Дисциплина реализуется на четвертом году обучения во 2 семестре.

### 4. Входные требования для освоения дисциплины, предварительные условия.

Для данного курса студентам не требуются входные знания, умения и навыки.

**5. Общая трудоемкость дисциплины** составляет Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа (ов), из которых 54 часа (ов) составляет контактная работа обучающегося с преподавателем (24 часа (ов) – занятия лекционного типа, 30 - практические занятия), 54 часа (ов) составляет самостоятельная работа обучающегося, 36 часов - экзамен.

### 6. Формат обучения

Очный.

**7. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Формируемые компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОК-7 II уровень способностью к самоорганизации и самообразованию	З (ОК-7 ) - II уровень Знать: способы и методы формирования имиджа; современные подходы в имиджелогии, практические аспекты в области массовой коммуникации.  У (ОК-7) - II уровень Уметь: использовать основные способы и методы формирования имиджа; применять требования к организации и проведению имиджевых мероприятий  В (ОК-7) II уровень Владеть: технологиями имиджирования

### 8. Содержание дисциплины и структура учебных видов деятельности

№ п/п	Наименование тем и разделов	Всего (час.)	Аудиторные занятия (час.)		Самостоятельная работа (час.)
			Лекции	Практики	
1.	1. Имиджелогия как область науки и практики	5	–	2	3
2.	2. Имидж-стратегия	3	–	2	2

3.	3. Теоретические и практические основы имиджирования.	6	–	2	4
4.	4. Технологии имиджирования	2	–	2	
5.	5. Имидж корпорации	4	–	2	2
	<b>ИТОГО:</b>	144	24 –	30 -	54

36 часов - экзамен.

### **Содержание разделов**

**Тема 1. Имиджелогия как область науки и практики.** Профессия имиджмейкера. Службы и специалисты по созданию имиджа на предприятии. Роль службы по связям с общественностью в создании имиджа организации. Имидж в политике, бизнесе, государственном управлении. Имиджевая регуляция организационного поведения. Имидж как предмет информационно-психологического противоборства. Управление созданием имиджей в маркетинге, рекламе, менеджменте. Системный подход к исследованию имиджа.

**Тема 2. Имидж-стратегия. Цели создания имиджа.** Знакомство с конкретными инструментами. Практические навыки использования инструментов.

**Тема 3. Теоретические и практические основы имиджирования.** Личный имидж. Анализ секретов успеха и неудач имиджевых моделей известных людей. Ключевые элементы имиджа.

**Тема 4. Технологии имиджирования.** Базовые правила самопрезентации. Эффективное публичное выступление. Обоснование необходимости формирования имиджа, постановка цели. Идеальный, желаемый и реальный имидж. Функции внешнего имиджирования.

**Тема 5. Имидж корпорации.** Факторы корпоративной репутации. Измерение корпоративной репутации. Проектирование корпоративного имиджа. Технические задачи имиджевых коммуникаций. Разработка компонентов внешнего имиджа организации. Фирменное наименование и аббревиатура, торговая марка, логотип и фирменная шрифтовая надпись, девиз и слоган, лозунг, знамя, флаг, вымпел, фирменный цвет, внешний вид персонала, дизайн интерьера и экстерьера, фирменные бланки, брошюры, рекламные проспекты, упаковочный материал и т.д.

### **9. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) и методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модулю).**

Для закрепления теоретического материала предполагается самостоятельное выполнение заданий, что позволяет обратить внимание на наиболее сложные и ключевые аспекты изучаемой темы, помочь студентам систематизировать и лучше усвоить пройденный материал. В ходе выполнения заданий обучающимся необходимо ознакомиться с вопросами, вынесенными на самостоятельное чтение, дополнительную литературу.

Обучающимся предлагается выполнение индивидуального проекта. Индивидуальное проектирование предполагает самостоятельное выполнение каждым студентом требуемого задания. Тематика заданий для всех студентов является общей, однако каждый студент самостоятельно выбирает конкретную организацию, на примере которой выполняется проектное задание.

Основные требования к учебному проекту:

1. Работа над проектом всегда направлена на разрешение конкретной, исследовательской, информационной, практической проблемы.

2. Планирование действий по разрешению проблемы - иными словами, выполнение работы всегда начинается с проектирования самого проекта.
3. Исследовательская работа студентов - как обязательное условие каждого проекта. Отличительные черты проектной работы - поиск информации.
4. Результатом работы над проектом является продукт.
5. Представление продукта - презентация продукта и защита самого проекта. Проект сдается преподавателю в установленный срок.

#### **10. Форма промежуточной аттестации и фонд оценочных средств, включающий:**

Форма промежуточной аттестации — зачет.

10.1. Перечень компетенций выпускников образовательной программы, в формировании которых участвует дисциплина:

#### **11. Ресурсное обеспечение:**

##### **11.1 Основная литература:**

1. Бороздина Г. В. Психология делового общения : учебник : [для вузов по направлениям подготовки 38.03.01 "Экономика", 38.03.02 "Менеджмент", 38.03.03 "Управление персоналом" (квалификация (степень) "бакалавр")] / Г. В. Бороздина. - 2-е изд. - Москва : ИНФРА-М, 2017. - 293, [1] с.: ил., табл.- (Высшее образование. Бакалавриат) - (Электронно-библиотечная система "Znanium.com")

2. Горчакова В. Г. Имиджелогия :теория и практика :[учебное пособие для студентов высших учебных заведений] / Горчакова, Валентина Григорьевна. Москва : ЮНИТИ-ДАНА , 2011.- 333 с.

3. Ушакова Н.В. Имиджелогия : учебное пособие /Н. В. Ушакова, А. Ф. Стрижова

Москва : Дашков и К°, 2012. – 277 с.

##### **Дополнительная литература:**

1. Орешкин В.Г. Тренинг формирования имиджа. 13 мастерских имидж-класса: методическое пособие. – СПб.: Речь, 2008. – 176 с.

2. Панасюк А. Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники.- М.: РИПОЛ классик, 2007. - 768 с.

#### **Электронные библиотечные системы, доступные в сети ТГУ**

1. ЭБС Лань - <http://e.lanbook.com/>
2. ЭБС Консультант студента - <http://www.studentlibrary.ru/>
3. ЭБС Юрайт - <http://www.biblio-online.ru/>
4. ЭБС ZNANIUM.com (110 книг) - <http://znanium.com/catalog.php>.

##### **11.2 Описание материально-технической базы.**

Для достижения оптимального уровня усвоения дидактического материала при изучении дисциплины необходимо при чтении лекций использовать аудитории, оборудованные мультимедийной техникой, на практических занятиях обеспечивать потребность в информационных и справочно-нормативных материалах, методических разработках и указаниях, доступ в Интернет.

#### **12. Язык преподавания.**

Русский

#### **13. Преподаватель (преподаватели).**

Авторы: Гулиус Н.С. доцент каф. ОП и УП ИЭМ ТГУ  
Рецензент (ы) Литвина С.А. доцент каф. ОП и УП ИЭМ ТГУ

Программа одобрена на заседании учебно-методической комиссии ИЭМ ТГУ  
от 30. 05. 2017 года, протокол № 6