

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет физической культуры



В.Г. Шилько

« 31 » 08 20 20 г.

Рабочая программа дисциплины

Имидж и этикет

по направлению подготовки

49.03.03 Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм

Направленность (профиль) подготовки:
«Разработка и управление программами в рекреации и туризме»

Форма обучения

Очная

Квалификация

Бакалавр

Год приема

2020

Код дисциплины в учебном плане: Б1.О.17

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОПОП

 Л. В. Капелевич

Председатель УМК

 Ю.А. Карвунис

1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

– ОПК 4 Способен в процессе физкультурно-спортивной деятельности воспитывать у занимающихся социально-значимые личностные качества, проводить профилактику негативного социального поведения

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

– ИОПК 4.1 Проектирует и реализует программы, направленные на воспитание у обучающихся социально-значимых личностных качеств;

– ИОПК 4.2 Проектирует ситуации и события, способствующие профилактике негативного социального поведения.

2. Задачи освоения дисциплины

– Освоить концепцию, слагаемые и типы имиджа; составляющие внутреннего и внешнего корпоративного имиджа, способы их построения;

– Освоить структуру и факторы персонального имиджа; способы и средства создания персонального имиджа, сущность и специфику культурной (этикетной) жизни общества и личности; особенности этикета как технологии толерантности в современном обществе;

– Научиться диагностировать отдельные характеристики фирмы и персоны в целях проектирования имиджа; анализировать имидж личности и предприятия; использовать технологии имиджирования.

– Владеть навыками выстраивать социальные и культурные взаимодействия на базе этикетных знаний.

3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к обязательной части образовательной программы.

4. Семестр(ы) освоения и форма(ы) промежуточной аттестации по дисциплине

Семестр 1, зачет.

Семестр 2, экзамен.

5. Входные требования для освоения дисциплины

Для успешного освоения дисциплины требуются компетенции, сформированные в ходе освоения образовательных программ предшествующего уровня образования.

6. Язык реализации

Русский

7. Объем дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 8 з.е., 288 часов, из которых:

– лекции: 36 ч.;

– семинарские занятия: 0 ч.

– практические занятия: 90 ч.;

– лабораторные работы: 0 ч.

в том числе практическая подготовка: 0 ч.

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

8. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам

Раздел 1. Имиджелогия

Тема 1. Имиджелогия, как наука, искусство и практическая деятельность.

Тема 2. Имидж: сущность и структура

Тема 3. Управление и самоуправление имиджем. Самопрезентация

Тема 4. Персональная имиджелогия

Тема 5. Физиогномика и кинесика как имиджевые стратегии

Тема 6. Стилистика

Тема 7. Речь и ее значение в создании имиджа

Тема 8. Роль этикета в формировании имиджа

Тема 9. Корпоративный имидж: имидж бизнеса и имидж организаций

Тема 10. Антропологическая основа имиджелогии. Ортобиотика

Раздел 2. Этикет и гостеприимство

Тема 1. Введение в этикет. Этикет: определение, происхождение, виды этикета. Из истории этикета

Тема 2. Современные принципы этикета

Тема 3. Культура делового общения и деловой переписки

Тема 4. Международный этикет и особенности гостеприимства в различных культурах

Тема 5. Введение в гостеприимство. Основные понятия и терминология. История гостеприимства.

Тема 6. Индустрия гостеприимства

Тема 7. Столовый этикет и гостеприимство

Тема 8. Сервис в гостеприимстве

Тема 9. Праздничный и подарочный этикет

9. Текущий контроль по дисциплине

Текущий контроль по дисциплине проводится путем контроля посещаемости, проведения контрольных работ, тестов по лекционному материалу, выполнения домашних заданий и фиксируется в форме контрольной точки не менее одного раза в семестр, а также в соответствующих заданиях электронных учебных курсов, размещённых в LMS Moodle. Каждое задание сопровождается методическими указаниями. Сроки выполнения практических заданий определяются объёмом и сложностью работы. Оценивание ответов обучающихся проводится как с использованием классической 5-балльной шкалы оценивания.

Типовые задания для проведения текущего контроля успеваемости

Примеры тестовых заданий

Каким знакам индивидуального имиджа соответствует следующая характеристика: *пространственные условия общения, взаиморасположение собеседников в момент их физического, визуального и иного личного контакта.*

Выберите один ответ:

- a) Такесика
- b) Кинесика
- c) Проксемика
- d) Ольфакторные знаки
- e) Габитус

2. К какой из функций имиджа можно отнести данное пояснение: «Благодаря осознанию своей индивидуальной незаурядности и повышенной коммуникабельности, обретает устойчивое мажорное настроение и уверенность в себе»

Выберите один ответ:

- a) психотерапевтическая
- b) личностно-возвышающая
- c) комфортизация межличностных отношений

3. Совокупность всех представлений индивида о себе, сопряжённая с его отношением к себе или к отдельным своим качествам:

Выберите один ответ:

- a) самосознание
- b) тимбилдинг
- c) самомнение
- d) «Я-концепция»

4. Дейл Карнеги в начале прошлого века вывел правило трех плюсов, которые откроют любую дверь, помогут установить контакт с любым человеком без приложения особых усилий. О каких именно "трех плюсах" идет речь?

Выберите один или несколько ответов:

- a) Compliment
- b) Имя
- c) Улыбка
- d) Деньги
- e) Галстук
- f) Любовь

Пример задания для самостоятельной работы

Задание. Написание скрипта для телефонного разговора с клиентом туристского предприятия в соответствии с этикетными нормами делового общения. Шаблон и варианты скриптов прилагаются.

Примерный перечень вопросов и заданий для самостоятельной работы

1. *Имиджелогия*

1. Современное значение термина «имидж».
2. Определение имиджа и репутации в отечественной и зарубежной науке.
3. Факторы и компоненты персонального делового имиджа.
4. Необходимость гармонии имиджа и индивидуальности личности.
5. Приемы самоанализа, используемые в имиджировании.
6. Формирование позитивного отношения к себе.
7. Три уровня «Я-концепции».
8. Формулирование жизненных целей и «Я-идеального».
9. Выбор модели внешнего облика в соответствии с идеальным Я.
10. Роль цвета одежды в создании имиджа.
11. Типологии цветового имиджа личности.
12. Типология К.Джексона: «весна», «лето», «зима», «осень».
13. Тесты для диагностики природного цветотипа.
14. Роль одежды в презентации образа.
15. Составляющие кинетического имиджа.
16. основополагающая роль корпоративной философии в формировании имиджа фирмы.
17. Миссия организации.
18. Имиджевые рекламные кампании.

Этикет и гостеприимство

1. Проблема понятийного определения этикета.
2. Особенности этикета как нормативной системы.
3. Толерантность как принцип современной культуры.
4. Функции этикета.
5. Этикет как способ статусно - ролевой самоидентификации индивидов в обществе.
6. Первые этикетные формы поведения, их связь с верованиями, культурами, обрядами.
7. Принципы разумности и «золотой середины»: их влияние на формирование норм приличий в эпоху античности.
8. Этикет как субкультура высшего сословия.
9. Моральные добродетели рыцаря. Кодекс рыцарской чести.
10. Этикетные требования к поведению леди.
11. Влияние изменений социальной структуры общества и статусных отношений между людьми на формы приличий.
12. Этикет как культурный (символический) капитал.
13. Историческая смена представлений о толерантности в культуре приличий (этикет в истории России).
14. Этикет в Новейшее время, его отличие от предшествующих исторических форм.
15. Современный этикет: единство старого и нового, национального и интернационального.
16. Этикетное поведение как проявление воспитанности и толерантности.
17. Этикетные ситуации: понятие, особенности, типология.
18. Особенности повседневного этикета.
19. Оказиональный этикет.
20. Специфика праздничного этикета.
21. Церемониал как особая этикетная ситуация.
22. Взаимодействие этикета с культурой внешности человека.
23. Социально-культурные функции вещей из предметного окружения человека. Значение вещей в современной этикетной культуре.
24. Деловое знакомство: представления, рукопожатия.
25. Правила поведения и общения за столом.
26. Деловой протокол и международный этикет.
27. Международный этикет как особый вид современного этикета.
28. Этикетные ситуации международного общения.

10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

Дисциплина преподаётся в течение двух семестров (в первом семестре аттестация проходит в форме зачёта, во втором – в форме экзамена). Как зачёт, так и экзамен по дисциплине включает в себя вопросы и задания по программному материалу. Студенты допускаются к промежуточной аттестации при условии сдачи всех контрольных заданий. Аттестация по учебной дисциплине состоит из теоретического собеседования. Студент обязан явиться к началу аттестации определённым расписанием, и предъявить преподавателю зачётную книжку. Студенты, уличённые в использовании запрещённой литературы (учебники, лекции, конспекты и др.), а также технических средств (телефон, компьютер и др.), удаляются с зачёта / экзамена. После проведения аттестации в ведомость и зачётную книжку выставляется положительная итоговая оценка. Оценка «не зачтено» или «неудовлетворительно» проставляется только в ведомость. Неявка отмечается в ведомости словом «не явился». Не позднее следующего дня после аттестации заполненная ведомость или разрешение сдаётся преподавателем в деканат.

Зачет в первом семестре проводится в устной форме по билетам. Билет содержит два вопроса. Продолжительность зачета 1,5 часа.

Примерный перечень теоретических вопросов

1. Определение имиджологии.
2. Ценностные и технологические функции имиджа.
3. Цели имиджологии как науки.
4. Основные задачи имиджмейкера как специалиста по конструированию имиджа.
5. Понятие самопрезентации и имиджирования.
6. Базовая модель технологии имиджирования.
7. Характеристика имиджа делового человека.
8. Характеристика женского делового имиджа.
9. Политический имидж – понятие и структура.
10. Правила формирования политического имиджа. Основные имиджевые качества политика.
11. Классификация знаков индивидуального имиджа.
12. Понятие физиогномики, её значение в формировании имиджа.
13. Понятие кинесики, её значение в формировании имиджа.
14. Понятие проксемики, её значение в формировании имиджа.
15. Особенности национальных жестов.
16. Понятие стилистики и стиля.
17. Цветовая гамма одежды. Характеристика цветовой гаммы, рекомендуемой в деловом стиле.
18. Значение речи в создании имиджа.
19. Методы изложения материала. Цели публичной речи.

Результаты зачета определяются оценками «зачтено» и «не зачтено». Оценка «зачтено» ставится в случае демонстрации студентом полного знания программного материала по каждому вопросу и наличия умений и навыков, которые обозначены в этих вопросах. Допустимо наличие не более двух несущественных ошибок в ответе. Оценка «не зачтено» ставится в случае принципиальных ошибок в ответе на каждый вопрос, или при отсутствии ответа на один вопрос.

Экзамен во втором семестре проводится в устной форме по билетам. Экзаменационный билет состоит из двух вопросов, каждый из которых соответствует индикаторам компетенций (ИОПК 4.1 и ИОПК 4.2). Продолжительность экзамена 1,5 часа.

Примерный перечень теоретических вопросов

1. Имидж, трактовка понятия в России и за рубежом.
2. Правила формирования политического имиджа. Основные имиджевые качества политика.
3. Мужской деловой имидж. Характеристика одежды и аксессуаров.
4. Классификация знаков индивидуального имиджа.
5. Понятие кинесики, её значение в формировании имиджа.
6. Характеристика основных жестов и мимики.
7. Понятие проксемики, её значение в формировании имиджа.
8. Пространственные зоны в коммуникации.
9. Особенности национальных жестов.
10. Базовые эмоции человека и их отражение в коммуникации.
11. Понятие стилистики и стиля.
12. Значение речи в создании имиджа.

13. Этикет в коммуникации – личное общение, телефонный этикет, письма, визитные карточки. Этикет в сети Интернет.
14. Элементы корпоративного имиджа.
15. Тимбилдинг и его значение.
16. Ортоботика как наука и ее практическая значимость в формировании имиджа личности.
17. Практическое использование знаний по имиджелогии при трудоустройстве на работу.

Результаты экзамена определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Оценка «отлично» ставится в случае демонстрации студентом полного знания программного материала по каждому вопросу и наличия умений и навыков, которые обозначены в этих вопросах. Допустимо наличие не более двух несущественных ошибок в ответе. Оценка «хорошо» ставится в случае наличия несущественных ошибок в ответе на каждый вопрос, или при допущении одной принципиальной ошибки. Оценка «удовлетворительно» ставится в случае принципиальных ошибок в ответе на каждый вопрос, или при отсутствии ответа на один вопрос. Оценка «неудовлетворительно» ставится при отсутствии знаний программного материала по каждому вопросу и при отсутствии умений и навыков, которые обозначены в этих вопросах.

11. Учебно-методическое обеспечение

а) Электронный учебный курс по дисциплине в электронном университете «Moodle» для первого семестра – <https://moodle.tsu.ru/course/view.php?id=930>, для второго семестра – <https://moodle.tsu.ru/course/view.php?id=16653>

б) Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине – примеры оценочных материалов представлены в п. 9 и п. 10.

Для развития навыков самостоятельной работы студенты выполняют задания, самостоятельно обращаясь к учебной, справочной и научно-методической литературе. Проверка выполнения заданий осуществляется как на семинарских занятиях с помощью устных выступлений студентов и их коллективного обсуждения, так и с помощью письменных самостоятельных (контрольных) работ. Для развития и совершенствования коммуникативных способностей студентов организуются специальные учебные занятия в виде «деловых игр», «круглого стола», «диспута» или «конференции», при подготовке к которым студенты заранее распределяются по группам, отстаивающим ту или иную точку зрения по обсуждаемой проблеме.

12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет

а) основная литература:

1. Имидж педагога: учеб. пособие / Е.Ю. Сысоева. – Самара: Изд-во Самарского университета, 2019. – 148 с.
2. Семенова, Л. М. Профессиональный имиджбилдинг на рынке труда : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 243 с.
3. Технология формирования имиджа, PR и рекламы в социальной работе : учебник и практикум для вузов / М. В. Воронцова [и др.] ; под редакцией М. В. Воронцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 251 с.

б) дополнительная литература:

1. Горчакова В. Г. Имидж. Искусство и реальность : [учебное пособие для студентов высших учебных заведений]. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – 279 с.

2. Деловые коммуникации. Учебник /Ф. И. Шарков, Л. В. Комарова. – М.: Кнорус, 2018. – 221 с.
3. Психология и этика делового общения : учебник и практикум для академического бакалавриата /Брега А. В., Брега Г. В., Кафтан – М.: Юрайт , 2016. – 407 с.
4. Этика, культура и этикет делового общения : учебное пособие для академического бакалавриата : Учебное пособие /Чернышова Л.И. – М.: Юрайт , 2018. – 181 с.
5. Шепель В. М. Имиджелогия: Секреты личного обаяния. М. : Культура и спорт : ЮНИТИ , 1997.– 382 с.
6. Горчакова В. Г. Прикладная имиджелогия. Ростов-на-Дону : Феникс , 2010. – 478 с.
7. Горчакова В. Г. Техники перевоплощения : имидж-тренинг в 33 шага. Ростов-на-Дону : Феникс , 2010. – 315 с.
8. Кузнецов И. Н. Современный этикет. - М. :Дашков и К°, 2009.– 494 с.

в) ресурсы сети Интернет:

1. – Единое окно доступа к образовательным ресурсам [Электронный ресурс] – URL:
2. <http://window.edu.ru/> – 2022.
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – М., 2022- . – URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – 2022
4. Академия гостеприимства [Электронный ресурс] : информационный интернет-портал. URL: <http://www.nha.ru>
5. Имиджелогия: сущность и специфика учебного предмета[Электронный ресурс] : информационный интернет-портал. URL: <http://evartist.narod.ru/text9/19.htm>
6. Имиджирование как форма самопрезентации[Электронный ресурс] : информационный интернет-портал. URL: http://evartist.narod.ru/text9/19.htm#з_06

а) лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- Microsoft Office Standart 2013 Russian: пакет программ. Включает приложения: MS Office Word, MS Office Excel, MS Office PowerPoint, MS Office On-eNote, MS Office Publisher, MS Outlook, MS Office Web Apps (Word Excel MS PowerPoint Outlook);
- публично доступные облачные технологии (Google Docs, Яндекс диск и т.п.).

б) информационные справочные системы:

- Электронный каталог Научной библиотеки ТГУ – <http://chamo.lib.tsu.ru/search/query?locale=ru&theme=system>
- Электронная библиотека (репозиторий) ТГУ – <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Index>
- ЭБС Лань – <http://e.lanbook.com/>
- ЭБС Консультант студента – <http://www.studentlibrary.ru/>
- Образовательная платформа Юрайт – <https://urait.ru/>
- ЭБС ZNANIUM.com – <https://znanium.com/>
- ЭБС IPRbooks – <http://www.iprbookshop.ru/>

14. Материально-техническое обеспечение

Аудитории для проведения занятий лекционного типа.

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой и доступом к сети Интернет, в электронную информационно-образовательную среду и к информационным справочным системам.

15. Информация о разработчиках

Карвунис Юлия Алексеевна, старший преподаватель, факультет физической культуры Томского государственного университета.