

ЕЛЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. И.А. БУНИНА



«УТВЕРЖДАЮ»

Директор института истории и культуры

*[Signature]*

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Б1.В.ДВ.05.02 Основы имиджеологии

**Направление подготовки:** 54.03.01 Дизайн

**Направленность (профиль):** Дизайн костюма

**Квалификация (степень):** бакалавр

**Форма обучения:** очная

**Институт:** истории и культуры

**Кафедра:** дизайна, художественного образования и технологий

	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
Курс	4		
Семестр/триместр	7		

Лекции			
Лабораторные занятия	28		
Практические(семинарские) занятия			
Консультации			
Форма(ы) промежуточной аттестации	Зачет-0,2		
Контроль			
Самостоятельная работа	43,8		

**Всего часов:**72

**Трудоемкость:** 2 зачетные единицы.

Разработчик(и) рабочей программы:

доцент

Г.А. Новиков

## I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

### Цель изучения дисциплины:

- формирование понимания закономерностей, управляющих функционированием имиджа в различных сферах общественной жизни, и представлений о применении методов имиджеологии для эффективного решения практических задач в будущей профессиональной деятельности.

### Задачи изучения дисциплины:

- формировать систему знаний об инструментарии имиджеологии, возможностях использования имиджевых характеристик в сфере PR;  
- развивать умения создавать дизайн-образ;  
- формировать навыки использования закономерностей имиджеологии для построения и управления имиджем в профессиональной сфере деятельности.

**Место дисциплины в структуре ОПОП:** реализуется в рамках вариативной части блока Б1. Дисциплины по выбору.

### Планируемые результаты обучения по дисциплине:

Код компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-4	<b>Знать:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- характеристику, структуру, содержание, функции, этапы становления и развития, формы и методы анализа и определения требования к дизайн-проекту и синтеза набора возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн-проекта;</li><li>- современные проблемы анализа и определения требования к дизайн-проекту и синтеза набора возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн-проекта</li></ul>	<b>Знает:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- характеристику, структуру, содержание, функции, этапы становления и развития, формы и методы анализа и определения требования к дизайн-проекту и синтеза набора возможных решений задачи или подходов к созданию имиджа;</li><li>- современные проблемы анализа и определения требования к дизайн-проекту и синтеза набора возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн-проекта с использованием методов имиджеологии</li></ul>
	<b>Уметь:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- анализировать и определять требования к дизайн-проекту и синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн-проекта</li></ul>	<b>Умеет:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- анализировать и определять требования к дизайн-проекту и синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн-проекта и разработке дизайн-образа с использованием методов имиджеологии</li></ul>

	<b>Владеть:</b> –навыками анализа и определения требований к дизайн-проекту и синтеза набора возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн-проекта	<b>Владеет:</b> –навыками анализа и определения требований к дизайн-проекту и синтеза набора возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн-проекта с использованием методов имиджеологии

## II. СОДЕРЖАНИЕ И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу

### Очная форма обучения

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего	Аудиторные занятия			Сам.раб.
			ЛК	ПЗ	ЛБ	
	<b>Раздел 1.</b> «Имиджелогия в комплексе наук»	<b>13,8</b>			<b>4</b>	<b>9,8</b>
1.	Тема 1. «Предмет и законы имиджеологии»	2,8			1	1,8
2.	Тема 2. «Имидж в культуре»	5			1	4
3.	Тема 3. «Имидж как система и как процесс»	6			2	4
	<b>Раздел 2.</b> «Формирование представлений об имидже в культуре. Сущность и атрибуты имиджа. Функции имиджа»	<b>12</b>			<b>4</b>	<b>8</b>
1.	Тема 1. «Инструментарий имиджеологии»	6			2	4
2.	Тема 2. «Современные коммуникативные и имиджевые технологии»	6			2	4
	<b>Раздел 3.</b> «Классификация имиджей. Типы	<b>18</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>8</b>	<b>10</b>

	имиджей »					
1.	Тема 1. «Персональная и корпоративная имиджеология»	8	-	-	4	4
2.	Тема 2. «Имидж территории»	10	-	-	4	6
	<b>Раздел 4.</b> «Имиджеология идеальных структур (бренда, торговой марки и т.п.)»	<b>14</b>			<b>6</b>	<b>8</b>
1.	Тема 1. «Конструирование образа и требования аудитории»	4			2	2
2.	Тема 2. «Событийные составляющие имиджа»	4			2	2
3.	Тема 3. «Мониторинг имиджа»	6			2	4
	<b>Раздел 5.</b> «Технологии управления имиджем. Роль PR-воздействия в эффективных имиджевых коммуникациях»	<b>14</b>			<b>6</b>	<b>8</b>
1.	Тема 1. «Техники создания образа»	6			2	4
2.	Тема 2. «Роль PR-воздействия в эффективных имиджевых коммуникациях»	8			4	4
3.	<i>Зачет</i>	<i>0,2</i>				
	<i>Итого за 7 семестр</i>	<i>72</i>			<i>28</i>	<i>43,8</i>
	<b>ИТОГО:</b>	<b>72</b>			<b>28</b>	<b>43,8</b>

**Очно-заочная форма обучения** (не реализуется)

**Заочная форма обучения**(не реализуется)

### **III. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Текущая аттестация проводится в форме контрольной работы (в традиционной или тестовой форме), реферата.

#### **Типовой вариант контрольной работы**

В традиционной форме:

1. Сущность имиджа: имидж как синтез реальности и символизма.

2. Формирование имидж-модели. Проблема практической реализации имидж-модели.
3. Методики использования инструментария имиджеологии.
4. Условия формирования эффективного персонального имиджа.

В тестовой форме:

**1.Имидж – это:**

- а) идеальная позиция;
- б) виртуальная позиция;
- в) необходимая позиция;
- г) каузальная позиция

**2. Самоимидж – это:**

- а) рефлексия;
- б) ориентация;
- в) необходимость;
- г) следствие.

**3.Имиджирование – это:**

- а) создание образа;
- б) формирование позиции;
- в) создание среды;
- г) общение.

**4. Система тотальной коммуникации – это:**

- а) поведение;
- б) имидж;
- в) амбициозность;
- г) авторитет.

**5. Имиджеология – это:**

- а) наука о красоте;
- б) наука и искусство нравиться людям;
- в) искусство создавать образ;
- г) наука о творчестве.

**6. Имиджу свойственна:**

- а) общность;
- б) относительность;
- в) индивидуальность;
- г) массовость.

**7. Интериоризация имеет природу:**

- а) рациональную;
- б) символическую;
- в) лингвистическую;
- г) виртуальную.

**8. К вербальным характеристикам относится:**

- а) строгость;
- б) интонация;

- в) речь;
- г) голос.

**9. Личностное пространство – это возможность для:**

- а) саморазвития;
- б) общения с друзьями;
- в) отдыха;
- г) гуляния.

**10. Объект имиджеологии – это:**

- а) пространство социального общения личности и деловых структур;
- б) человек;
- в) межличностные отношения;
- г) отношение человека к самому себе

**11. Предмет имиджеологии – это:**

- а) пространство общения;
- б) человек;
- в) отношения;
- г) рефлексия.

**12. Ортобиотика разрабатывает:**

- а) методики поведения;
- б) технологии возрастного этапа жизни;
- в) принципы красоты;
- г) правила поведения.

**13. Понятие имиджа введено в научный оборот:**

- а) в конце 19 века;
- б) в середине 10 века;
- в) во второй половине 20 века
- г) в начале 20 века.

**14. Понятие имиджеологии родственно:**

- а) рекламе;
- б) аксиологии;
- в) стилистике;
- г) моде.

**15. Временное имиджевое творчество – это процесс:**

- а) преобразования личности;
- б) подчинения;
- в) отчуждения;
- г) агрессии.

**16. Фасцинация – это:**

- а) эмоциональный всплеск;
- б) речевое, словесное воздействие;
- в) логическое доказательство;
- г) опровержение.

**17. Гламур – это:**

- а) эмоции;

- б) очарование;
- в) красота;
- г) авторитет.

**18. Основы ортобиотики изложены:**

- а) И.И.Мечниковым;
- б) Аристотелем;
- в) Н.Бердяевым;
- г) Платоном.

**Примерная тематика рефератов**

1. Структура имиджеологического знания.
2. Динамика представлений об имидже.
3. Теоретические аспекты имиджеологии.
4. Структурный подход к формированию имиджа.
5. Типология имиджей.
6. Трёхмерная модель имиджеологического пространства.
7. Закономерности формирования имиджа.
8. Техники создания образа.
9. Стереотипизация. Типизация, позиционирование, имиджевая символика.
10. Модели визуальной коммуникации.
11. Закономерности восприятия человека человеком. Психодинамика имиджа.
12. Алгоритмы формирования персонального имиджа.
13. Имидж страны, региона, города.
14. Событийные составляющие имиджа.
15. Имидж специализированного издания (медиасобытия).
16. Роль PR-воздействия в эффективных имиджевых коммуникациях.

Промежуточная аттестация обучающихся осуществляется в форме зачета с использованием следующих оценочных материалов: перечень вопросов к зачету.

**Вопросы к зачету  
(7 семестр, очная форма обучения)**

1. Формирование представлений об имидже в культуре второй половины XX века.
2. Предмет и законы имиджеологии. Имиджеология в системе ИМК.
3. Основные понятия имиджеологии. Имиджмейкинг, имиджбилдинг.
4. Проблема соотношения имиджмейкинга и PR в разработке и поддержании имиджа: теоретический и прикладной аспекты.
5. Имидж как система и процесс. Формирование имидж-модели. Проблемы практической реализации имидж-модели.
6. Структура имиджа. Структурный подход к формированию имиджа.
7. Типология имиджей.

8. Функции персонального имиджа.
9. Функции имиджа организации.
10. Анализ имиджа конкретного исторического лица (власть, политика, искусство).
11. Генезис деятельности по формированию имиджа. Анализ имиджа социально-исторического типа (фараон, свободный гражданин, монах, рыцарь, буржуа и т.п.).
12. Психологический аспект персонального имиджа. Условия и предпосылки формирования эффективного персонального имиджа.
13. Профессиональные требования к имиджу (для конкретной профессии, см. примеры: бизнес-тренер, социальный работник).
14. Природные предпосылки формирования персонального имиджа.
15. Имидж делового человека. Проблемы формирования и поддержания персонального имиджа в бизнес-среде.
16. Проблема соотношения имиджевых и этикетных требований в бизнес-среде.
17. Роль корпоративной культуры в формировании имиджа фирмы.
18. Имидж как объект моделирования. Алгоритмы формирования имиджа.
19. Визуальное, вербальное, событийное, контекстное измерения имиджа.
20. Место «Я-концепции» в структуре персонального имиджа.
21. Инструментарий имиджеологии. Типология средств создания имиджа. Условия и границы их применения и т.п.
22. Проблема соотношения субъекта и контекста в имиджевом решении.
23. Мифологизация как инструмент формирования имиджа (политика, шоу-бизнес, брендинг).
24. Роль стереотипов в создании и восприятии имиджа.
25. Проблема визуализации имиджа.
26. Роль цвета в создании имиджа (пример: роль цвета в создании имиджа ювелирной компании; компании McDonald`s, известные футбольные команды).
27. Роль выразительных форм в создании имиджа.
28. Роль жестов и мимики в построении и восприятии имиджа.
29. Роль репутации в формировании имиджа.
30. Проблема оценки составляющих корпоративного имиджа.
31. Соотношение корпоративной философии и корпоративного имиджа: теоретический и прикладной аспекты.
32. Социальный имидж организации.
33. Бизнес-имидж организации.
34. Образ российского бизнеса: пути становления и проблемы.
35. Роль PR в формировании позитивного корпоративного имиджа.
36. Имидж политика: теоретические проблемы, методы анализа.
37. Соотношение общего и индивидуального в имидже политического лидера.
38. Имидж в публичной политике. Трансляция методов создания имиджа политика из смежных сфер (бизнес, шоу-бизнес и т.п.).



39. Роль аудитории (обратной связи с аудиторией) в формировании (управлении) имиджа.

40. Проблемы создания и восприятия имиджа в шоу-бизнесе. Специфика имиджа в шоу-бизнесе.

41. Имидж творческого человека: необходимые элементы, стратегии продвижения.

42. Имидж женщины (-политика, бизнес-леди и т.п.).

43. Имидж и мода. Имидж лидеров моды на разных исторических этапах.

44. Корпоративный имидж: сущность, функции, структура, стратегия формирования.

#### **IV. ПЕРЕЧЕНЬ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

##### **4.1. Основная литература**

1. Андреева, С.В. Имиджелогия: конспект лекций / С.В. Андреева ; Министерство культуры Российской Федерации, Кемеровский государственный институт культуры, Институт социально-культурных технологий, Кафедра социально-культурной деятельности. – Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры (КемГИК), 2017. – 72 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=487647> (дата обращения: 01.09.2020). – Библиогр.: с. 67. – ISBN 978-5-8154-0400-7. – Текст : электронный.

2. Горчакова, В.Г. Имидж. Искусство и реальность : учебное пособие / В.Г. Горчакова. – Москва : Юнити, 2015. – 279 с. : ил., схемы – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115024> (дата обращения: 01.09.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-01930-7. – Текст : электронный.

##### **4.2. Дополнительная литература**

1. Кондакова, Ю.В. Основы PR : учебное пособие / Ю.В. Кондакова. – Екатеринбург : Архитектон, 2013. – 225 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=221959> (дата обращения: 01.09.2020). – ISBN 978-5-7408-0168-1. – Текст : электронный.

#### **V. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

№ пп	Ссылка на информационный ресурс	Наименование разработки в электронной форме	Доступность
1.	<a href="http://edu.ru/">http://edu.ru/</a>	<b>Российское образование: Федеральный портал.</b> Включает ссылки на порталы и сайты образовательных учрежде- ний; государственные обра-	Свободный доступ

		зовательные стандарты; нормативные документы; каталог экскурсий и обучающих программ.	
2.	<a href="http://fcior.edu.ru/">http://fcior.edu.ru/</a>	Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (ФЦИОР) предоставляет доступ к электронным образовательным ресурсам и сервисам для всех уровней и ступеней образования.	Свободный доступ
3.	<a href="https://www.gumer.info/">https://www.gumer.info/</a>	<b>Библиотека Гумер:</b> предоставляет свободный доступ к 5000 книгам и статьям по гуманитарным наукам	Свободный доступ

## VI. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ

1.	<a href="http://www.biblioclub.ru">http://www.biblioclub.ru</a>	Электронно-библиотечная система (ЭБС) Университетская библиотека онлайн	Регистрация через любой университетский компьютер. В дальнейшем предоставляется неограниченный индивидуальный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет
2.	<a href="http://www.garant.ru">www.garant.ru</a>	Информационно-правовой портал	Свободный доступ
3.	<a href="http://www.elibrary.ru">www.elibrary.ru</a>	Российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования	Свободный доступ
4.	<a href="http://www.consultant.ru">www.consultant.ru</a>	Российская компьютерная справочно-правовая система	Свободный доступ
5.	<a href="http://window.edu.ru">http://window.edu.ru</a>	Единое окно доступа к образовательным ресурсам	Свободный доступ

## VII. ЛИЦЕНЗИОННОЕ И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОЕ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

При реализации учебной дисциплины применяется следующее лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- Microsoft Windows;
- Microsoft Office;
- LibreOffice и др.

## VIII. ОБОРУДОВАНИЕ И ТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ОБУЧЕНИЯ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО

## **ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Учебные занятия проводятся в аудиториях, укомплектованных специализированной мебелью, в том числе стационарными или переносными техническими средствами обучения (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Самостоятельная работа проводится в кабинетах, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.