

## АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

### «Имиджелогия»

Дисциплина «Имиджелогия» является частью программы бакалавриата «Реклама и связи с общественностью (общий профиль, СУОС)» по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью».

#### **Цели и задачи дисциплины**

Цель дисциплины – формирование способности организовывать маркетинговые исследования, в том числе в области СМИ (ПК-1.1.); мероприятия, способствующие увеличению продаж, в том числе продукции СМИ, разрабатывать маркетинговую стратегию и контролировать и оценивать эффективность результатов продвижения, в том числе продукции СМИ (ПК-1.2). Задачи дисциплины: формирование знаний: • профессиональных и этических кодексов специалиста в сфере имиджмейкинга • законодательной базы в области имиджелогии; • основных способов сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации о текущем и желаемом имидже; • технологии сегментирования рынка субъектов имиджмейкинга; • принципов построения и оценки обратной связи с потребителями продукции формирование умений: • Находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа имиджа • Вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами); • Выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями • Выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию, существенные характеристики целевой аудитории потребителей формирование навыков: • Определения целевой аудитории потребителей товаров и услуг • Разработка концепции продвижения продукции через управление имиджем товара/услуги • Разработка системы показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению и управлению имиджем компании/ее руководителя • Организация сбора информации об узнаваемости имиджа компании/ее руководителя • Разработка предложений по корректировке стратегий имиджирования.

#### **Изучаемые объекты дисциплины**

• Имидж • Имиджмейкинг • Виды, уровни имиджирования • Персональный имидж • Корпоративный имидж.

### Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		6	
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	54	54	
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:			
- лекции (Л)	16	16	
- лабораторные работы (ЛР)			
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	36	36	
- контроль самостоятельной работы (КСР)	2	2	
- контрольная работа			
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	54	54	
2. Промежуточная аттестация			
Экзамен	36	36	
Дифференцированный зачет			
Зачет			
Курсовой проект (КП)			
Курсовая работа (КР)			
Общая трудоемкость дисциплины	144	144	

### Краткое содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
6-й семестр				
Тема 2. Имидж: сущность и атрибуты	2	0	6	8
Имидж: сущность и атрибуты. Терминологическое разнообразие дефиниции «имидж». Категории конструирования имиджа. Типы имиджей в рамках функционального и контекстного подходов. Корпоративный и индивидуальный имидж. Внешний и внутренний имидж. Функции имиджа.				
Модуль 1.	0	0	0	0
Теоретические аспекты имиджелогии				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Тема 6. Имидж органов государственной власти	2	0	2	8
Имидж органов государственной власти. Технология конструирования имиджа власти: образ руководителя, образ государственных служащих, имидж услуг, внешняя атрибутика. Государственная информационная политика. Имиджевые стратегии.				
Тема 3. Имиджмейкинг	2	0	2	6
Имиджмейкинг. Принципы имиджирования. Субъект и объект имиджмейкинга. Стратегические цели и тактические задачи имиджмейкинга. Базовые принципы работы над имиджем клиента. Механизмы имиджирования. Принципы восприятия субъектами социума объектов имиджмейкинга.				
Тема 9. Имидж территории	1	0	4	4
Имидж территории. Факторы формирования имиджа территории. Целевые аудитории в имиджировании территории. Инструменты измерения имиджа территории. Содержательное наполнение имиджа территории: метод семантического дифференциала и метод оценочных карт (инвентаризация визуальных впечатлений). Формулы позиционирования территории				
Тема 8. Имидж промышленного предприятия	1	0	6	6
Имидж промышленного предприятия. Внутренние и внешние аудитории в имиджировании промышленного предприятия. Инструменты внутренних коммуникаций. Технологии и инструменты внешних коммуникаций. Корпоративный музей. Корпоративная газета. Корпоративный сайт.				
Тема 4. Персональный имидж	2	0	4	6
Персональный имидж. Структура персонального имиджа: архетипы, культурные и социальные типы, роли, личностные особенности субъекта, культурологический и социальный контекст. Уровни персонального имиджа: внешний и внутренний. Особенности габитарного имиджа. Закономерности физиогномики. Параметры речевого имиджа. Необходимые				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
аспекты публичного выступления.				
Тема 7. Политический имидж	2	0	6	4
Политический имидж. Классификация политического имиджа. Функции политического имиджа. Типология политических имиджей. Рекламные и PR технологии в имиджировании политиков.				
Тема 5. Корпоративный имидж	2	0	2	4
Корпоративный имидж. Эволюция концепции корпоративного имиджа. Уровни и составляющие элементы корпоративного имиджа: внутренний и внешний. Имидж руководителя компании. Фирменный стиль. Логотип в системе корпоративной коммуникации. Корпоративная культура. Управление корпоративным имиджем.				
Модуль 2.	0	0	0	0
Имиджирование в профессиональных сферах				
Тема 1. Имиджелогия как наука	2	0	4	8
Возникновение имиджелогии как науки. Методологическая база античных мыслителей: Конфуций, Сократ, Платон. Отечественная философская школа: Н.А. Бердяев, В.В. Вердацкий, В.С. Соловьев. Работы американского экономиста Стэнли Болдуина. Объект и предмет имиджелогии. Имиджелогия как междисциплинарная область знания. Уровни имиджелогии. Основные подходы к имиджелогии: психологический, педагогический, прикладной, организационный, социологический, комплексный. Функции имиджелогии.				
ИТОГО по 6-му семестру	16	0	36	54
ИТОГО по дисциплине	16	0	36	54