

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