

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: И.о. ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 2025.09.01

Уникальный программный ключ:

2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd32c70e0674ddd2

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования**

**САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**Высшая школа менеджмента**

**УТВЕРЖДЕНО**

**Директор Высшей школы менеджмента**

**Э.Г. Ванина**



## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

дисциплины: «Имиджелогия»

Наименование программы: дополнительная общеобразовательная программа «Менеджмент для предпринимателей»

Самара 2025 г.

## 1. Цель и задачи и дисциплины

**Цель** дисциплины - научное обоснование и формирование у студентов понимания причин генезиса и развития науки имиджологии в различных аспектах проявления, общих представлений о сущности профессионального имиджа, его теоретической и практической значимости и роли для достижения организационных целей, реализации личных целей и целей профессиональной карьеры, принципах и способах создания привлекательного профессионального имиджа, управления им для более успешного осуществления профессиональной деятельности, а так же искусство овладения техниками профессионального имиджа работников, профессиональная успешность

Исходя из цели в процессе изучения данной дисциплины решаются следующие **задачи**:

- формирование у студентов системы знаний по курсу;
- формирование у студентов представления об имиджеологии;
- развитие компетенций, предполагающих овладение способами создания и управления профессиональным имиджем, а так же овладение навыками применения привлекательного профессионального имиджа;
- совершенствование у студентов навыков самоконтроля, самоорганизации, саморегуляции;
- формирование и совершенствование умения качественно анализировать и оценивать свои профессиональные действия,
- использование специфики имиджологии как науки и искусства нравиться людям для успешного построения моделей профессионального имиджа в профессии, бизнесе и личной жизни.

В результате изучения дисциплины слушатель должен:

**знать:**

- теоретические основы имиджологии; виды имиджа и его составляющие; принципы формирования профессионального имиджа; основные методы и технологии индивидуальной и корпоративной узнаваемости и стиля.

**уметь:**

- определять основные проблемы при формировании профессионального индивидуального, личного и корпоративного имиджа; конструировать позитивный индивидуальный и корпоративный профессиональный имидж в условиях современных требований рынка;

**владеть:**

- методиками формирования позитивного индивидуального и корпоративного профессионального имиджа в современных условиях, креативным (творческим) мышлением и навыками работы при его проектировании.

## 2. Содержание дисциплины (модуля)

### 2.1. Объем и виды учебной работы

Общая трудоемкость, час	Аудиторные занятия (час.), в т.ч.				Самост. работа, час	Промежуточная аттестация, час	Форма промежуточной аттестации
	всего	лекции	практ. занятия	иные виды учебных занятий			
17	4	2	2		12		

### 2.2. Разделы, темы дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Лекции	Практ зан	иные	СР	Конт роль	Всего
-------	------------------------------	--------	-----------	------	----	-----------	-------

				ВИДЫ за- нятий			
1	Тема 1. Возникновение имиджелогии как науки и ее роль в бизнесе и личной жизни	0,5	0,5		3		4
2	Тема 2. Понятийное поле имиджелогии. Составляющие имиджа. Типология и функции профессионального имиджа	0,5	0,5		3		4
3	Тема 3. Технологии профессионального имиджирования	0,5	0,5		3		4
4	Тема 4. Корпоративный имидж. Профессиональный имидж руководителя.	0,5	0,5		3		4
5	Тема 5. Индивидуальный имидж. Формирование профессионального имиджа HR-специалиста				2		2
Контроль						1	1
<b>Итого</b>		<b>2</b>	<b>2</b>		<b>12</b>	<b>1</b>	<b>17</b>

### 2.3.Содержание разделов и тем

#### **Тема 1. Возникновение имиджелогии как науки и ее роль в бизнесе и личной жизни**

Возникновение имиджелогии как науки. Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа. Психологические предпосылки возникновения имиджа. Коммуникативная модель формирования имиджа (имидж как символическое взаимодействие). Тройственное понимание субъекта имиджа: субъект воспринимающий (аудитория), субъект транслирующий (прообраз) и субъект формирующий (имиджмейкер). Формирование имиджа как субъект-субъектное взаимодействие. Формирование имиджа как создание социальной реальности в сознании людей. Когнитивные процессы в основе формирования имиджа. Социальные стереотипы и установки. Значение и личностный смысл. Семиотические процессы формирования имиджа. Психологическая структура и типология имиджа. Профессиональная имиджелогия и ее роль в бизнесе и личной жизни.

#### **Тема 2. Понятийное поле имиджелогии. Составляющие имиджа. Типология и функции профессионального имиджа.**

Компоненты имиджа. Когнитивный, аффективный и поведенческий компоненты имиджа. Сознательный и бессознательный уровни функционирования имиджа. Функциональные и психологические преимущества объекта. Ключевые имиджевые характеристики объекта. Личность как реципиент имиджа. Малая, средняя и большая социальные группы как аудитория имиджа. Массовая аудитория имиджа. Виды объектов имиджа: личность и организация. Виды имиджа. Профессиональный имидж (имидж специалиста по управлению персоналом). Типологии по области применения: бизнес, управление организацией и др.

#### **Тема 3. Технологии профессионального имиджирования**

Стратегии и тактики построения профессионального имиджа. Этапы имиджевой кампании: «оценка аудитории», «изучение объекта», «коррекция характеристик объекта», «планирование», «символизация», «презентация имиджа». Стратегия построения имиджа. Плюсы и минусы наличия стратегии. SWOT-анализ и его этапы. Особенности SO, ST, WO и WT-стратегий. Тактики работы с имиджем. Четыре задачи связей с общественностью (И. Викентьев): позиционирование, возвышение имиджа, «снижение» имиджа, возвышение «уроненного» имиджа (контрреклама или контрпропаганда). Позиционирование: отбор, утрировка, перевод, вербализация, эмоционализация, мифологизация. Контрреклама: прямое опровержение, не прямое опровержение, отвлечение внимания, молчание, предупреждение. Создание благоприятных ситуаций, менеджмент акций. Привлекающие и отвлекающие внимание ситуации. Создание благоприятных контекстов: изменение понимания реципиентом событий, явлений и персон путем изменения их взаимосвязи. Коррекция профессионального имиджа.

#### **Тема 4. Корпоративный имидж. Профессиональный имидж руководителя.**

Функции и целевые аудитории. Имиджевая коммуникация: причины и поводы. Структура имиджа организации (В. Королько). Четыре компонента имиджа организации (К. Шенфельд). Инструменты формирования имиджа. Реальный, «зеркальный» и идеальный имидж. Коррекция имиджа как процесс. «Имиджевые» вопросы (Г. Левинсон и А.Ю. Смирнов). Организация как дом (А.И. Чумиков).

Образ руководителя как часть корпоративного имиджа. Функции имиджа руководителя: мотивирующая и нормативная функции, функции представительства и позиционирования организации во внешней среде. Почтение по отношению к авторитетам в социальном контексте, имидж «авторитетного человека».

Структура и компоненты имиджа руководителя. Модель внутреннего пространства личности. «Окно Джогарри»: открытая, «слепая», скрытая и неведомая зоны. Инструменты коррекции имиджа руководителя. Средства интернета для формирования имиджа.

Технические средства самопрезентации: сайт, блог, подкастинг, социальные сети.

#### **Тема 5. Индивидуальный имидж. Формирование профессионального имиджа HR-специалиста**

Внешняя и внутренняя мотивация по созданию имиджа. Оригинальный и наведенный виды имиджа. Имидж, ориентированный на самоощущение, и имидж, ориентированный на восприятие. Я-концепция и Я-образ. Взаимоотношения имиджа, Я-реального, Я-идеального и Образа Я у других. Механизмы каузальной атрибуции. Тело, лицо, поведение человека как объект его имиджа. Закономерности зрительного восприятия лица и фигуры человека. Психологическая характеристика стилей одежды. Совершенствование рефлексивно-перцептивных способностей. Развитие способностей по диагностике и экспрессии эмоционального состояния. Самопрезентация. Факторы восприятия личности в общественном сознании. Критерии эффективности индивидуального имиджа. Навыки высокоэффективных людей (по Стивену Кови).

Формирование имиджа специалиста по управлению персоналом: компоненты, основные профессиональные составляющие, соответствие современным требованиям профстандарта к данной профессии.

### **2.4. Методические рекомендации по практическим занятиям Методические указания для преподавателя**

Основное внимание при изучении дисциплины необходимо сконцентрировать на изучении и освоении слушателями основных фундаментальных законов и закономерностей функционирования экономической системы с целью дальнейшего использования приобретенных знаний в будущей профессиональной деятельности.

Необходимо обращать внимание обучающихся на формировании у них представлений о сущности и содержании базовых экономических категорий, позволяющих анализировать основные тенденции развития хозяйственных систем.

Изучение дисциплины проводится в форме лекций, практических занятий, организации самостоятельной работы студентов, консультаций. Главное назначение лекции – обеспечить теоретическую основу обучения, развить интерес к учебной деятельности и конкретной учебной дисциплине, сформировать у студентов ориентиры для самостоятельной работы над курсом.

Основной целью практических занятий является обсуждение наиболее сложных теоретических вопросов курса, их методологическая и методическая проработка. Они проводятся в форме опроса, диспута, тестирования, обсуждения докладов и пр.

Самостоятельная работа с научной и учебной литературой, изданной на бумажных носителях, дополняется работой с тестирующими системами, с информационными базами данных сети Интернет.

#### **Методы проведения аудиторных занятий:**

- лекции, реализуемые через изложение учебного материала под запись с сопровождением наглядных пособий в виде слайдов;

- практические занятия, во время которых студенты выступают с докладами по заранее предложенным темам и дискуссионно обсуждают их между собой и преподавателем; решаются практические задачи (в которых разбираются и анализируются конкретные ситуации) с выработкой умения формулировать выводы, выявлять тенденции и причины изменения социальных явлений; проводятся устные и письменные опросы (в виде тестовых заданий) и контрольные работы (по вопросам лекций и практических занятий), проводятся деловые игры.

**Лекции** есть разновидность учебного занятия, направленная на рассмотрении теоретических вопросов излагаемой дисциплины в логически выдержанной форме. Основными целями лекции являются системное освещение ключевых понятий и положений по соответствующей теме, обзор и оценка существующей проблематики, ее методологических и социокультурных оснований, возможных вариантов решения, дача методических рекомендаций для дальнейшего изучения курса, в том числе литературы и источников. Лекционная подача материала, вместе с тем, не предполагает исключительную активность преподавателя. Лектор должен стимулировать студентов к участию в обсуждении вопросов лекционного занятия, к высказыванию собственной точки зрения по обсуждаемой проблеме.

**Практические занятия** направлены на развитие самостоятельности студентов в исследовании изучаемых вопросов и приобретение профессиональных умений и навыков. Практические занятия традиционно проводятся в форме обсуждения проблемных вопросов в группе при активном участии студентов, они способствуют углубленному изучению наиболее фундаментальных и сложных проблем курса, служат важной формой анализа и синтеза исследуемого материала, а также подведения итогов самостоятельной работы студентов, стимулируя развитие профессиональной компетентности, навыков и умений. На практических занятиях студенты учатся работать с научной литературой, четко и доходчиво излагать проблемы и предлагать варианты их решения, аргументировать свою позицию, оценивать и критиковать позиции других, свободно публично высказывать свои мысли и суждения, грамотно вести полемику и представлять результаты собственных исследований.

При проведении практических занятий преподаватель должен ориентировать студентов при подготовке использовать в первую очередь специальную научную литературу (монографии, статьи из научных журналов).

Результаты работы на практических занятиях должны учитываться преподавателем при выставлении итоговой оценки по данной дисциплине. На усмотрение преподавателя студенты, активно отвечающие на занятиях, и выполняющие рекомендации преподавателя при подготовке к ним, могут получить повышающий балл к своей экзаменационной оценке.

## Методические указания для слушателей

Для успешного освоения дисциплины слушатели должны посещать лекционные занятия, готовиться и активно участвовать в практических занятиях, самостоятельно работать с рекомендованной литературой. Изучение дисциплины целесообразно начать со знакомства с программой курса, чтобы четко представить себе объем и основные проблемы курса. Прочитав соответствующий раздел программы, и установив круг тем, подлежащих изучению, можно переходить к работе с раздаточным материалом и учебниками. В лекциях преподаватель, как правило, выделяет выводы, содержащиеся в новейших исследованиях, разногласия ученых, обосновывает наиболее убедительную точку зрения. Необходимо записывать методические советы преподавателя, названия рекомендуемых им изданий. Для того чтобы выделить главное в лекции, полезно заранее просмотреть раздаточный материал, для более полного и эффективного восприятия новой информации в контексте уже имеющихся знаний, приготовить вопросы лектору.

Обращение к ранее изученному материалу не только помогает восстановить в памяти известные положения, выводы, но и приводит разрозненные знания в систему, углубляет и расширяет их. Каждый возврат к старому материалу позволяет найти в нем что-то новое, переосмыслить его с иных позиций, определить для него наиболее подходящее место в уже имеющейся системе знаний. Неоднократное обращение к пройденному материалу является наиболее рациональной формой приобретения и закрепления знаний. Очень полезным в практике самостоятельной работы, является предварительное ознакомление с учебным материалом. Даже краткое, беглое знакомство с материалом очередной лекции дает многое. Слушатели получают общее представление о ее содержании и структуре, о главных и второстепенных вопросах, о терминах и определениях. Все это облегчает работу на лекции и делает ее целеустремленной.

### Работа с литературой

При изучении дисциплины слушатели должны серьезно подойти к исследованию учебной и дополнительной литературы. Данное требование особенно важно для подготовки к практическим занятиям.

Особое внимание следует обратить на соответствующие статьи из научных журналов. Для поиска научной литературы по дисциплине следует использовать каталог Электронной научной библиотеки: e-library.ru.

При подготовке к практическим занятиям слушатели имеют возможность воспользоваться консультациями преподавателя. Качество учебной работы слушателей преподаватель оценивает в конце занятия.

## 2.5. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов

Цель самостоятельной работы – подготовка современного компетентного руководителя и формирование способностей и навыков к непрерывному самообразованию и профессиональному совершенствованию.

Реализация поставленной цели предполагает решение следующих задач:

- качественное освоение теоретического материала по изучаемой дисциплине, углубление и расширение теоретических знаний с целью их применения на уровне межпредметных связей;
- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических навыков;
- формирование умений по поиску и использованию нормативной, правовой, справочной и специальной литературы, а также других источников информации;
- развитие познавательных способностей и активности, творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;

- формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самообразованию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие научно-исследовательских навыков;
- формирование умения решать практические задачи (в профессиональной деятельности), используя приобретенные знания, способности и навыки.

Самостоятельная работа является неотъемлемой частью образовательного процесса.

Самостоятельная работа предполагает инициативу самого обучающегося в процессе сбора и усвоения информации, приобретения новых знаний, умений и навыков и ответственность его за планирование, реализацию и оценку результатов учебной деятельности. Процесс освоения знаний при самостоятельной работе не обособлен от других форм обучения.

Самостоятельная работа должна:

- быть выполнена индивидуально (или являться частью коллективной работы). В случае, когда СР подготовлена в порядке выполнения группового задания, в работе делается соответствующая оговорка;
- представлять собой законченную разработку (этап разработки), в которой анализируются актуальные проблемы по определенной теме и ее отдельных аспектов;
- отражать необходимую и достаточную компетентность автора;
- иметь учебную, научную и/или практическую направленность;
- быть оформлена структурно и в логической последовательности: титульный лист, оглавление, основная часть, заключение, выводы, список литературы, приложения,
- содержать краткие и четкие формулировки, убедительную аргументацию, доказательность и обоснованность выводов;
- соответствовать этическим нормам (правила цитирования и парафраз; ссылки на использованные библиографические источники; исключение плагиата, дублирования собственного текста и использования чужих работ).

### **Формы самостоятельной работы слушателей по темам дисциплины**

В качестве одной из форм самостоятельной работы слушателям предлагается подготовка докладов/рефератов, в том числе с представлением электронной презентации.

Организуя свою самостоятельную работу по дисциплине, слушатели должны выявить рекомендуемый режим и характер учебной работы по изучению теоретического курса, практических занятий и практическому применению изученного материала, по выполнению заданий для самостоятельной работы, по использованию информационных технологий и т.д.

### **Примерная тематика докладов/рефератов**

1. «Предмет и законы имиджологии. Имиджология в системе ИМК.
2. Основные понятия имиджологии. Имиджмейкинг, имиджбилдинг.
3. Имидж как система и процесс. Формирование имидж-модели. Проблемы практической реализации имидж-модели.
4. Структура имиджа. Структурный подход к формированию имиджа.
5. Типология имиджей.
6. Функции персонального имиджа.
7. Функции имиджа организации.
8. Анализ имиджа конкретного исторического лица (власть, политика, искусство).
9. Генезис деятельности по формированию имиджа. Анализ имиджа социально-исторического типа (фараон, свободный гражданин, монах, рыцарь, буржуа и т.п.).
10. Эстетический аспект имиджа. Специфика эстетического компонента в имиджевом решении.
11. Психологический аспект персонального имиджа. Условия и предпосылки формирования

эффективного персонального имиджа.

12. Имидж делового человека. Проблемы формирования и поддержания персонального имиджа в бизнес-среде.
13. Проблема соотношения имиджевых и этикетных требований в бизнес-сфере.
14. Роль корпоративной культуры в формировании имиджа фирмы.
15. Имидж как объект моделирования. Алгоритмы формирования имиджа.
16. Визуальное, вербальное, событийное, контекстное измерения имиджа.
17. Инструментарий имиджелогии. Типология средств создания имиджа. Условия и границы их применения и т.п.
18. Проблема соотношения субъекта и контекста в имиджевом решении.
19. Мифологизация как инструмент формирования имиджа (политика, шоу-бизнес, брендинг).
20. Роль стереотипов в создании и восприятии имиджа.
21. Проблема визуализации имиджа.
22. Роль цвета в создании имиджа.
23. Роль выразительных форм в создании имиджа.
24. Проблема оценки составляющих корпоративного имиджа.
25. Соотношение корпоративной философии и корпоративного имиджа: теоретический и прикладной аспекты.
26. Социальный имидж организации.
27. Бизнес-имидж организации.
28. Образ российского бизнеса: пути становления и проблемы.
29. Роль PR в формировании позитивного корпоративного имиджа.
30. Имидж политика: теоретические проблемы, методы анализа.
31. Соотношение общего и индивидуального в имидже политического лидера.
32. Имидж в публичной политике.
33. Роль аудитории (обратной связи с аудиторией) в формировании (управлении) имиджа.
34. Проблемы создания и восприятия имиджа в шоу-бизнесе.
35. Имидж творческого человека: необходимые элементы, стратегии продвижения.
36. Имидж женщины (-политика, бизнес и т.п.).
37. Имидж и мода. Имидж лидеров моды на разных исторических этапах.
38. Корпоративный имидж: сущность, функции, структура, стратегия формирования.
39. Корпоративный имидж и репутация.
40. Социальный имидж организации: анализ конкретного примера.
41. Имидж города (региона): определение необходимых элементов, закономерности их взаимодействия, соотношение стихийного и рационально-формируемого имиджей.
42. Социокультурные составляющие имиджа современного российского города (архитектура, история, символика, реклама, организация пространства, экология и т.п.).
43. Имидж специализированного издания (медиасобытия).
44. Имидж в науке.
45. Имидж культурно-образовательного учреждения (в рамках программы сотрудничества с музеями области).
46. Имидж общественного (религиозного) движения.
47. Роль имиджа в туристическом бизнесе.
48. Управление имиджем (на примере организации или персоны).
49. Сайт как средство формирования (управления) имиджа.
50. Мониторинг сформированного имиджа. Пути и средства корректировки имиджа.
51. Фирменный стиль как средство создания визуального имиджа организации.
52. Пути и методы оптимизации текущего имиджа.
53. Нейтрализация последствий воздействия «черного» PR средствами имиджбилдинга.
54. Акция как средство управления имиджем. Методы разработки и реализации сценария акции.

55. Имидж и образ: соотношение имиджмейкинга и рекламной деятельности.

56. Этические и коммуникативные проблемы имиджмейкинга.

### **Методика написания рефератов и докладов**

**Целью** написания рефератов является:

- привитие студентам навыков библиографического поиска необходимой литературы (на бумажных носителях, в электронном виде);
- привитие студентам навыков компактного изложения мнения авторов и своего суждения по выбранному вопросу в письменной форме, научно грамотным языком и в хорошем стиле;
- приобретение навыка грамотного оформления ссылок на используемые источники, правильного цитирования авторского текста;
- выявление и развитие у студента интереса к определенной научной и практической проблематике с тем, чтобы исследование ее в дальнейшем продолжалось в подготовке и написании курсовых и дипломной работы и дальнейших научных трудах.

**Основные задачи** студента при написании реферата:

- с максимальной полнотой использовать литературу по выбранной теме (как рекомендуемую, так и самостоятельно подобранную) для правильного понимания авторской позиции;
- верно (без искажения смысла) передать авторскую позицию в своей работе;
- уяснить для себя и изложить причины своего согласия (несогласия) с тем или иным автором по данной проблеме.

**Требования к содержанию:**

- материал, использованный в реферате, должен относиться строго к выбранной теме;
- необходимо изложить основные аспекты проблемы не только грамотно, но и в соответствии с той или иной логикой (хронологической, тематической, событийной и др.);
- при изложении следует сгруппировать идеи разных авторов по общности точек зрения или по научным школам;
- реферат должен заканчиваться подведением итогов проведенной исследовательской работы: содержать краткий анализ-обоснование преимуществ той точки зрения по рассматриваемому вопросу, с которой вы солидарны.

**Структура реферата.**

**7.. Титульный лист.**

Образец оформления титульного листа для реферата.....

**2.Оглавление.** Оглавление – это план реферата, в котором каждому разделу должен соответствовать номер страницы, на которой он находится.

**3.Текст реферата.** Он делится на три части: введение, основная часть и заключение.

А) Введение – раздел реферата, посвященный постановке проблемы, которая будет рассматриваться и обоснованию выбора темы.

Б) Основная часть – это звено работы, в котором последовательно раскрывается выбранная тема. Основная часть может быть представлена как цельным текстом, так и разделена на главы. При необходимости текст реферата может дополняться иллюстрациями, таблицами, графиками, но ими не следует «перегружать» текст.

В) Заключение – данный раздел реферата должен быть представлен в виде выводов, которые готовятся на основе подготовленного текста. Выводы должны быть краткими и четкими. Также в заключении можно обозначить проблемы, которые «высветились» в ходе работы над рефератом, но не были раскрыты в работе.

**4.Список источников и литературы.** В данном списке называются как те источники, на которые ссылается студент при подготовке реферата, так и все иные, изученные им в связи с его подготовкой. В работе должно быть использовано не менее 5 разных источников, из них хотя бы

один – на иностранном языке (английском или французском). Работа, выполненная с использованием материала, содержащегося в одном научном источнике, является явным плагиатом и не принимается. Оформление Списка источников и литературы должно соответствовать требованиям библиографических стандартов (см. Оформление Списка источников и литературы).

### **Объем и технические требования, предъявляемые к выполнению реферата.**

Объем работы должен быть, как правило, не менее 12 и не более 20 страниц. Работа должна выполняться через одинарный интервал 12 шрифтом, размеры оставляемых полей: левое – 25 мм, правое – 15 мм, нижнее – 20 мм, верхнее – 20 мм. Страницы должны быть пронумерованы.

Расстояние между названием части реферата или главы и последующим текстом должно быть равно трем интервалам. Фразы, начинающиеся с «красной» строки, печатаются с абзацным отступом от начала строки, равным 1 см.

При цитировании необходимо соблюдать следующие правила:

- текст цитаты заключается в кавычки и приводится без изменений, без произвольного сокращения цитируемого фрагмента (пропуск слов, предложений или абзацев допускается, если не влечет искажения всего фрагмента, и обозначается многоточием, которое ставится на месте пропуска) и без искажения смысла;

- каждая цитата должна сопровождаться ссылкой на источник, библиографическое описание которого должно приводиться в соответствии с требованиями библиографических стандартов.

Подготовка **научного доклада** выступает в качестве одной из важнейших форм самостоятельной работы студентов.

Научный доклад представляет собой исследование по конкретной проблеме, изложенное перед аудиторией слушателей.

Работа по подготовке доклада включает не только знакомство с литературой по избранной тематике, но и самостоятельное изучение определенных вопросов. Она требует от студента умения провести анализ изучаемых государственно-правовых явлений, способности наглядно представить итоги проделанной работы, и что очень важно – заинтересовать аудиторию результатами своего исследования. Следовательно, подготовка научного доклада требует определенных навыков. Подготовка научного доклада включает несколько этапов работы:

1. Выбор темы научного доклада;
2. Подбор материалов;
3. Составление плана доклада. Работа над текстом;
4. Оформление материалов выступления;
5. Подготовка к выступлению.

### **Структура и содержание доклада:**

Введение – это вступительная часть научно-исследовательской работы. Автор должен приложить все усилия, чтобы в этом небольшом по объему разделе показать актуальность темы, раскрыть практическую значимость ее, определить цели и задачи эксперимента или его фрагмента.

Основная часть. В ней раскрывается содержание доклада. Как правило, основная часть состоит из теоретического и практического разделов. В теоретическом разделе раскрываются история и теория исследуемой проблемы, дается критический анализ литературы и показывается позиция автора. В практическом разделе излагаются методы, ход, и результаты самостоятельно проведенного эксперимента или фрагмента.

В основной части могут быть также представлены схемы, диаграммы, таблицы, рисунки и т.д.

В заключении содержатся итоги работы, выводы, к которым пришел автор, и рекомендации. Заключение должно быть кратким, обязательным и соответствовать поставленным задачам.

Список использованных источников представляет собой перечень использованных книг,

статей, фамилии авторов приводятся в алфавитном порядке, при этом все источники даются под общей нумерацией литературы. В исходных данных источника указываются фамилия и инициалы автора, название работы, место и год издания.

Приложение к докладу оформляются на отдельных листах, причем каждое должно иметь свой тематический заголовок и номер, который пишется в правом верхнем углу, например: «Приложение 1».

#### **Требования к оформлению доклада:**

- объем доклада может колебаться в пределах 5-15 печатных страниц; все приложения к работе не входят в ее объем.

- доклад должен быть выполнен грамотно, с соблюдением культуры изложения.

- обязательно должны иметься ссылки на используемую литературу.

- должна быть соблюдена последовательность написания библиографического аппарата.

#### **Критерии оценки доклада:**

- актуальность темы исследования;

- соответствие содержания теме;

- глубина проработки материала;

- правильность и полнота использования источников;

- соответствие оформления доклада стандартам.

По усмотрению преподавателя доклады могут быть представлены на практических занятиях, научно-практических конференциях, а также использоваться как зачетные работы по пройденным темам.

## **2.6. Методические рекомендации по практическим и иным формам занятий**

### **Тема 1. Возникновение имиджелогии как науки и ее роль в бизнесе и личной жизни**

1.1. Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа. Психологические предпосылки возникновения имиджа.

1.2. Коммуникативная модель формирования имиджа (имидж как символическое взаимодействие).

1.3. Тройственное понимание субъекта имиджа: субъект воспринимающий (аудитория), субъект транслирующий (прообраз) и субъект формирующий (имиджмейкер).

1.4. Формирование имиджа как субъект-субъектное взаимодействие.

1.5. Формирование имиджа как создание социальной реальности в сознании людей.

1.6. Когнитивные процессы в основе формирования имиджа. Социальные стереотипы и установки.

1.7. Значение и личностный смысл.

1.8. Семиотические процессы формирования имиджа.

1.9. Психологическая структура и типология имиджа.

#### **Основная литература**

1. Горчакова В.Г. Имиджелогия. Теория и практика [Электронный ресурс]: Учебное пособие для студентов вузов/ Горчакова В.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 335 с.— Режим доступа: <http://www.bibliocomplectator.ru/book/?id=52471>

#### **Дополнительная литература**

1. Ушакова Н.В. Имиджелогия (3-е издание) [Электронный ресурс]: Учебное пособие для бакалавров/ Ушакова Н.В., Стрижова А.Ф.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017.— 264 с.— Режим доступа:

<http://www.bibliocomplectator.ru/book/?id=57073>

2. Додонов Н. Антитайм-менеджмент. — Санкт-Петербург: Питер 2015 г.— 288 с. — Электронное издание. — ISBN 978-5-4461-0291-4

[http://ibooks.ru/reading.php?productid=344127&search\\_string=%D1%82%D0%B0%D0%B9%D0%BC](http://ibooks.ru/reading.php?productid=344127&search_string=%D1%82%D0%B0%D0%B9%D0%BC)

3. Лейкова М.В. Персональная эффективность. — Москва: Издательский дом МИСиС 2015 г.— 54 с. — Электронное издание. — ISBN 978-5-87623-861-0

[http://ibooks.ru/reading.php?productid=353664&search\\_string=%D1%82%D0%B0%D0%B9%D0%BC](http://ibooks.ru/reading.php?productid=353664&search_string=%D1%82%D0%B0%D0%B9%D0%BC)

## **Тема 2. Понятийное поле имиджологии. Составляющие имиджа. Типология и функции профессионального имиджа**

2.1. Компоненты имиджа.

2.2. Когнитивный, аффективный и поведенческий компоненты имиджа.

2.3. Сознательный и бессознательный уровни функционирования имиджа.

2.4. Функциональные и психологические преимущества объекта.

2.5. Ключевые имиджевые характеристики объекта. Личность как реципиент имиджа.

2.6. Малая, средняя и большая социальные группы как аудитория имиджа. Массовая аудитория имиджа.

2.7. Виды объектов имиджа: личность и организация. Виды имиджа.

2.8. Профессиональный имидж (имидж специалиста по управлению персоналом).

2.9. Типологии по области применения: бизнес, управление организацией и др..

### **Основная литература**

1. Горчакова В.Г. Имиджология. Теория и практика [Электронный ресурс]: Учебное пособие для студентов вузов/ Горчакова В.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 335 с.— Режим доступа: <http://www.bibliocomplectator.ru/book/?id=52471>

### **Дополнительная литература**

1. Ушакова Н.В. Имиджология (3-е издание) [Электронный ресурс]: Учебное пособие для бакалавров/ Ушакова Н.В., Стрижова А.Ф.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017.— 264 с.— Режим доступа:

<http://www.bibliocomplectator.ru/book/?id=57073>

2. Додонов Н. Антитайм-менеджмент. — Санкт-Петербург: Питер 2015 г.— 288 с. — Электронное издание. — ISBN 978-5-4461-0291-4

[http://ibooks.ru/reading.php?productid=344127&search\\_string=%D1%82%D0%B0%D0%B9%D0%BC](http://ibooks.ru/reading.php?productid=344127&search_string=%D1%82%D0%B0%D0%B9%D0%BC)

3. Лейкова М.В. Персональная эффективность. — Москва: Издательский дом МИСиС 2015 г.— 54 с. — Электронное издание. — ISBN 978-5-87623-861-0

[http://ibooks.ru/reading.php?productid=353664&search\\_string=%D1%82%D0%B0%D0%B9%D0%BC](http://ibooks.ru/reading.php?productid=353664&search_string=%D1%82%D0%B0%D0%B9%D0%BC)

## **Тема 3. Технологии профессионального имиджирования**

3.1. Стратегии и тактики построения имиджа.

3.2. Этапы имиджевой кампании: «оценка аудитории», «изучение объекта», «коррекция характеристик объекта», «планирование», «символизация», «презентация имиджа».

3.3. Стратегия построения имиджа. Плюсы и минусы наличия стратегии. SWOT-анализ и его этапы. Особенности SO, ST, WO и WT-стратегий.

3.4. Тактики работы с имиджем. Четыре задачи связей с общественностью (И. Викентьев): позиционирование, возвышение имиджа, «снижение» имиджа, возвышение «уроненного» имиджа (контрреклама или контрпропаганда).

3.5. Позиционирование: отбор, утрировка, перевод, вербализация, эмоционализация, мифологизация.

3.6. Контрреклама: прямое опровержение, не прямое опровержение, отвлечение внимания, молчание, предупреждение. Создание благоприятных ситуаций, менеджмент акций.

3.7. Привлекающие и отвлекающие внимание ситуации.

3.8. Создание благоприятных контекстов: изменение понимания реципиентом событий,

явлений и персон путем изменения их взаимосвязи.

### 3.9. Коррекция имиджа.

#### **Основная литература**

1. Горчакова В.Г. Имиджелогия. Теория и практика [Электронный ресурс]: Учебное пособие для студентов вузов/ Горчакова В.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 335 с.— Режим доступа: <http://www.bibliocomplectator.ru/book/?id=52471>

#### **Дополнительная литература**

1. Ушакова Н.В. Имиджелогия (3-е издание) [Электронный ресурс]: Учебное пособие для бакалавров/ Ушакова Н.В., Стрижова А.Ф.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017.— 264 с.— Режим доступа:

<http://www.bibliocomplectator.ru/book/?id=57073>

2. Додонов Н. Антитайм-менеджмент. — Санкт-Петербург: Питер 2015 г.— 288 с. — Электронное издание. — ISBN 978-5-4461-0291-4

[http://ibooks.ru/reading.php?productid=344127&search\\_string=%D1%82%D0%B0%D0%B9%D0%B](http://ibooks.ru/reading.php?productid=344127&search_string=%D1%82%D0%B0%D0%B9%D0%B)

3. Лейкова М.В. Персональная эффективность. — Москва: Издательский дом МИСиС 2015 г.— 54 с. — Электронное издание. — ISBN 978-5-87623-861-0

[http://ibooks.ru/reading.php?productid=353664&search\\_string=%D1%82%D0%B0%D0%B9%D0%B](http://ibooks.ru/reading.php?productid=353664&search_string=%D1%82%D0%B0%D0%B9%D0%B)

## **Тема 4. Корпоративный имидж. Профессиональный имидж руководителя**

1.1. Функции и целевые аудитории. Имиджевая коммуникация: причины и поводы.

Структура имиджа организации (В. Королько). Четыре компонента имиджа организации (К. Шенфельд).

1.2. Инструменты формирования имиджа. Реальный, «зеркальный» и идеальный имидж.

Коррекция имиджа как процесс. «Имиджевые» вопросы (Г. Левинсон и А.Ю. Смирнов).

Организация как дом (А.И. Чумиков).

1.3. Образ руководителя как часть корпоративного имиджа. Функции имиджа руководителя: мотивирующая и нормативная функции, функции представительства и позиционирования организации во внешней среде.

1.4. Почтение по отношению к авторитетам в социальном контексте, имидж «авторитетного человека».

1.5. Структура и компоненты имиджа руководителя.

1.6. Модель внутреннего пространства личности. «Окно Джогарри»: открытая, «слепая», скрытая и неведомая зоны.

1.7. Инструменты коррекции имиджа руководителя. Средства интернета для формирования имиджа.

1.8. Технические средства самопрезентации: сайт, блог, подкастинг, социальные сети.

#### **Основная литература**

1. Горчакова В.Г. Имиджелогия. Теория и практика [Электронный ресурс]: Учебное пособие для студентов вузов/ Горчакова В.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 335 с.— Режим доступа: <http://www.bibliocomplectator.ru/book/?id=52471>

#### **Дополнительная литература**

1. Ушакова Н.В. Имиджелогия (3-е издание) [Электронный ресурс]: Учебное пособие для бакалавров/ Ушакова Н.В., Стрижова А.Ф.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017.— 264 с.— Режим доступа:

<http://www.bibliocomplectator.ru/book/?id=57073>

2. Додонов Н. Антитайм-менеджмент. — Санкт-Петербург: Питер 2015 г.— 288 с. — Электронное издание. — ISBN 978-5-4461-0291-4

[http://ibooks.ru/reading.php?productid=344127&search\\_string=%D1%82%D0%B0%D0%B9%D0%BC](http://ibooks.ru/reading.php?productid=344127&search_string=%D1%82%D0%B0%D0%B9%D0%BC)

3. Лейкова М.В. Персональная эффективность. — Москва: Издательский дом МИСиС 2015

г.— 54 с. — Электронное издание. — ISBN 978-5-87623-861-0

[http://ibooks.ru/reading.php?productid=353664&search\\_string=%D1%82%D0%B0%D0%B9%D0%BC](http://ibooks.ru/reading.php?productid=353664&search_string=%D1%82%D0%B0%D0%B9%D0%BC)

## **Тема 5. Индивидуальный имидж. Формирование профессионального имиджа HR-специалиста**

- 5.1. Внешняя и внутренняя мотивация по созданию имиджа. Оригинальный и наведенный виды имиджа.
- 5.2. Имидж, ориентированный на самоощущение, и имидж, ориентированный на восприятие. Я-концепция и Я-образ.
- 5.3. Взаимоотношения имиджа, Я-реального, Я-идеального и Образа Я у других. Механизмы каузальной атрибуции.
- 5.4. Тело, лицо, поведение человека как объект его имиджа. Закономерности зрительного восприятия лица и фигуры человека.
- 5.5. Психологическая характеристика стилей одежды. Совершенствование рефлексивно-перцептивных способностей.
- 6.6. Развитие способностей по диагностике и экспрессии эмоционального состояния.
- 6.7. Самопрезентация. Факторы восприятия личности в общественном сознании. Критерии эффективности индивидуального имиджа.
- 6.8. Навыки высокоэффективных людей (по Стивену Кови).
- 6.9. Формирование имиджа специалиста по управлению персоналом: компоненты, основные профессиональные составляющие, соответствие современным требованиям профстандарта к данной профессии.

### **Основная литература**

1. Горчакова В.Г. Имиджелогия. Теория и практика [Электронный ресурс]: Учебное пособие для студентов вузов/ Горчакова В.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 335 с.— Режим доступа: <http://www.bibliocomplectator.ru/book/?id=52471>

### **Дополнительная литература**

1. Ушакова Н.В. Имиджелогия (3-е издание) [Электронный ресурс]: Учебное пособие для бакалавров/ Ушакова Н.В., Стрижова А.Ф.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017.— 264 с.— Режим доступа: <http://www.bibliocomplectator.ru/book/?id=57073>
2. Додонов Н. Антитайм-менеджмент. — Санкт-Петербург: Питер 2015 г.— 288 с. — Электронное издание. — ISBN 978-5-4461-0291-4  
[http://ibooks.ru/reading.php?productid=344127&search\\_string=%D1%82%D0%B0%D0%B9%D0%BC](http://ibooks.ru/reading.php?productid=344127&search_string=%D1%82%D0%B0%D0%B9%D0%BC)
3. Лейкова М.В. Персональная эффективность. — Москва: Издательский дом МИСиС 2015 г.— 54 с. — Электронное издание. — ISBN 978-5-87623-861-0  
[http://ibooks.ru/reading.php?productid=353664&search\\_string=%D1%82%D0%B0%D0%B9%D0%BC](http://ibooks.ru/reading.php?productid=353664&search_string=%D1%82%D0%B0%D0%B9%D0%BC)

## **3.Форма аттестации**

Форма промежуточной аттестации – зачет

## **4.Оценочные материалы дисциплины (модуля)**

### **4.1.Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания**

Изучение дисциплины направлено на формирование у слушателей следующих компетенций:  
Вид деятельности: аналитическая

## **Уровни сформированности компетенций**

Компетенции	Уровни сформированности компетенций	Основные признаки уровня (дескрипторные характеристики)		
		Знать	Уметь	Владеть
ПК-2 - способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	1. Пороговый	- теоретические основы имиджологии; - виды имиджа и его составляющие;	- определять основные проблемы при формировании профессионального индивидуального, личного и корпоративного имиджа;	- креативным (творческим) мышлением и навыками работы при его проектировании.
	2. Повышенный	- теоретические основы имиджологии; - виды имиджа и его составляющие; - принципы формирования профессионального имиджа; - основные методы и технологии индивидуальной и корпоративной узнаваемости и стиля.	- определять основные проблемы при формировании профессионального индивидуального, личного и корпоративного имиджа; - конструировать позитивный индивидуальный и корпоративный профессиональный имидж в условиях современных требований рынка.	- методиками формирования позитивного индивидуального и корпоративного профессионального имиджа в современных условиях, - креативным (творческим) мышлением и навыками работы при его проектировании.

#### Шкала и критерии оценки (промежуточное тестирование)

Число правильных ответов	Оценка	Уровень сформированности компетенции
90-100% правильных ответов	Оценка «отлично»	Повышенный
70-89% правильных ответов	Оценка «хорошо»	Повышенный
51-69% правильных ответов	Оценка «удовлетворительно»	Пороговый
Менее 50% правильных ответов	Оценка «неудовлетворительно»	Компетенция не сформирована

#### Шкала и критерии оценки (зачет)

Зачтено	Незачтено
Выставляется при условии, если студент в процессе обучения показывает хорошие знания учебного материала, выполнил все задания для подготовки к опросу, подготовил доклад по	Выставляется при условии, если студент обладает отрывочными знаниями, затрудняется в умении использовать основные категории, не выполнил задания для подготовки к опросу, не подготовил доклад по тематике практического

тематике практического занятия. При этом студент логично и последовательно излагает материал темы, раскрывает смысл вопроса, дает удовлетворительные ответы на дополнительные вопросы	занятия, дает неполные ответы на вопросы из основной литературы, рекомендованной к курсу
<b>Повышенный / пороговый</b>	<b>Компетенции не сформированы</b>

## 4.2. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы

### 4.2.1. Варианты тестовых заданий

Код контролируемой компетенции – ПК-2

1. Имидж в переводе с английского языка означает:
  - a. впечатление;
  - b. образ;
  - c. оценка.
  
2. Носителем имиджа является:
 

фирма, организация;  
люди, лидеры общественного мнения;
  
3. Типизация – это:
 

обобщенное представление о чем-либо;  
целенаправленно-сформированный образ чего-либо и кого-либо;  
явление повседневной практики общения, сводящиеся к упрощенным типам.
  
4. Когда имиджирование стало самостоятельным предметом?
 

в начале 1980 – х гг.  
с конца 1990 – х гг.  
с конца 1950 – х гг.
  
5. Как называется специалист по созданию имиджа?
 

специалист по имиджу;  
имиджмейкер;  
носитель имиджа.
  
6. Источником имиджеформирующей информации являются:
 

имиджмейкер;  
индукторы;  
реципиенты.
  
7. Термины «имидж», «репутация», «идентичность», «организационная культура» являются:
 

синонимами;  
четко взаимосвязанными понятиями;  
не являются взаимосвязанными между собой и изучаются различными науками.
  
8. По признаку воспринимаемой аудитории различают:
 

социальный, управленческий, научный, обобщенный имиджи;  
внешний и внутренний имиджи организации;  
имидж организации в целом и имиджи отдельных подразделений.
  
9. По функционально-технологическому признаку выделяют следующие разновидности имиджа:
 

желаемый и воспринимаемый, социо-ситуативный и постоянный;

самоимидж и внешний имидж личности;  
обобщенный, функциональный, контекстный.

10. К внутренним факторам, зависимым от носителя имиджа относятся:  
общие физические данные, мимика, среда обитания;  
коммуникабельность, уровень нравственности;  
сфера интересов, уровень образования;

11. В социальном аспекте составляющие индивидуального имиджа выражают:  
Личностные характеристики.  
Уровень культуры.  
Уровень благосостояния.  
Силу воли.

12. Имидж организации в целом, а не каких-то ее частей или результатов ее работы:  
Корпоративный.  
Положительный.  
Желаемый.  
Текущий.

13. Сотрудники организации являются объектом корпоративного имиджа:  
Внешнего.  
Внутреннего.  
Осязаемого.  
Неосязаемого.

14. Основой корпоративного имиджа являются:  
Корпоративная философия.  
Корпоративная общественность.  
Руководитель организации.  
Позиционирование организации.

15. Средовым имиджем человека является:  
Его овеществленная продукция – предметы, вещи, которые он сделал, создал.  
Созданная им искусственно среда обитания.  
Его внешность.  
Его поведение.

16. Габитарным имиджем человека является:  
Его поведение.  
Его внешность.  
Созданная им искусственно среда обитания.  
Его речевая продукция

17. Овеществленным имиджем человека является:  
Созданная им искусственно среда обитания.  
Его внешность.  
Его овеществленная продукция – предметы, вещи, которые он создал.  
Его поведение.

#### **4.2.2. Примерные вопросы к зачету**

Код контролируемой компетенции – ПК-2

1. Наука об имидже как отрасль знаний. Понятие «имиджология», «имидж», функции и особенности имиджа

2. Сущность и атрибуты имиджа
3. Имидж, как социальный стереотип, виды стереотипов
4. Эффекты восприятия в построении имиджа
5. Виды имиджа.
6. Глубинные характеристики имиджа
7. Проблема эффективности имиджа. Роль имиджа в коммуникации
8. Типичные ошибки при формировании профессионального имиджа
9. Понятие «самопрезентация»
10. Использование имиджевых эффектов в управлении впечатлениями
11. Этапы управления профессиональным имиджем
12. Стратегии управления профессиональным имиджем
13. Инструментарий имиджологии (позиционирование, манипулирование, мифологизация и эмоционализация, вербализация и детализация, формат, замена целей, визуализация)
14. Использование инструментария имиджологии.
15. Имидж в разных контекстах (имидж бизнеса, имидж организации, имидж специалиста)
16. Факторы, способствующие росту положительного имиджа.
17. Структура имиджа компании.
18. Имидж как основа личности
19. типы и типология имиджей
20. Особенности коммуникативного взаимодействия. Имиджевые коммуникации
21. Принципы и технологии построения имиджа
22. Взаимосвязь менталитета и имиджа
23. Индивидуальный имидж
24. Профессиональный имидж
25. Средовый имидж и принципы его формирования
26. Габитарный имидж
27. Вербальный имидж и его роль
28. Кинетический имидж
29. Стереотипы и их роль в создании имиджа.
30. Составляющие имиджа специалиста.
31. Структура имиджа и его составляющие
32. Формы и методы создания имиджа специалиста.
33. Имидж и социальный стереотип.
34. Понятие об имидже. Имидж как единица символического мира.
35. Форма и содержание имиджа.
36. Имидж как часть профессионального успеха. Основные характеристики процесса управления имиджем.
37. Имидж и карьера
38. Визуальная составляющая имиджа
39. Визуальный образ: сущность, принципы формирования позитивного визуального образа и стиля специалиста
40. Аудиальная составляющая имиджа
41. Сущность, принципы формирования позитивного аудиального образа специалиста
42. Эффективность имиджирования
43. Оценка эффективности использования имиджирования

**4.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.**

**Методические материалы по проведению промежуточного тестирования**

**Цель** – оценка уровня освоения студентами понятийно-категориального аппарата по соответствующим разделам дисциплины, сформированности умений и навыков.

**Процедура** - проводится на последнем практическом занятии в компьютерных классах после изучения всех тем дисциплины. Время тестирования составляет от 45 до 90 минут в зависимости от количества вопросов.

**Содержание** представлено материалами для промежуточного тестирования.

### Методические материалы по проведению зачета

**Цель** – оценка качества усвоения учебного материала и сформированности компетенций в результате изучения дисциплины.

**Процедура** - проводится в форме собеседования с преподавателем на последнем практическом занятии. По итогам зачета выставляется «зачтено» или «не зачтено».

**Содержание** представляет перечень примерных вопросов к зачету.

## 5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины (модуля)

### Рекомендуемая литература

#### Основная литература:

1. Ободкова Е.А. Имидж профессионала: мастерская успеха. — Москва: Издательство РГСУ 2016 г.— 150 с. — Электронное издание. — ISBN 978-5-7139-1281-9  
<http://ibooks.ru/reading.php?productid=351773>

#### Дополнительная литература:

1. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд (2-е издание) [Электронный ресурс]: Учебное пособие для студентов вузов/ Чумиков А.Н.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2016.— 160 с.— Режим доступа:  
<http://www.bibliocomplectator.ru/book/?id=57080>.

#### Литература для самостоятельного изучения:

1. Горчакова В.Г. Имиджелогия. Теория и практика [Электронный ресурс]: Учебное пособие для студентов вузов/ Горчакова В.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 335 с.— Режим доступа: <http://www.bibliocomplectator.ru/book/?id=52471>
2. Ушакова Н.В. Имиджелогия (3-е издание) [Электронный ресурс]: Учебное пособие для бакалавров/ Ушакова Н.В., Стрижова А.Ф.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017.— 264 с.— Режим доступа:  
<http://www.bibliocomplectator.ru/book/?id=57073>
3. Ковальчук, А.С. Основы имиджелогии и делового общения [Текст] : Учебное пособие / А. С. Ковальчук. - МО, 5-е изд. перераб. и доп. - Ростов н/Д: Феникс, 2007. - 282с. - (Высшее образование) - ISBN 978-5-222-12443-7
4. Горчакова, В.Г. Прикладная имиджелогия [Текст]: Учебное пособие / В. Г. Горчакова. - М.: Академический Проект, 2007. - 400с. - (Gaudeamus). - ISBN 978-5-8291-0824-3
5. Гупалов В.К. Управление рабочим временем на предприятии / В. К. Гупалов. - М.: Финансы и статистика, 1991. - 208с.
6. Додонов Н. Антитайм-менеджмент. — Санкт-Петербург: Питер 2015 г.— 288 с. — Электронное издание. — ISBN 978-5-4461-0291-4  
[http://ibooks.ru/reading.php?productid=344127&search\\_string=%D1%82%D0%B0%D0%B9%D0%BC](http://ibooks.ru/reading.php?productid=344127&search_string=%D1%82%D0%B0%D0%B9%D0%BC)
7. Лейкова М.В. Персональная эффективность. — Москва: Издательский дом МИСиС 2015 г.— 54 с. — Электронное издание. — ISBN 978-5-87623-861-0
8. [http://ibooks.ru/reading.php?productid=353664&search\\_string=%D1%82%D0%B0%D0%B9%D0%BC](http://ibooks.ru/reading.php?productid=353664&search_string=%D1%82%D0%B0%D0%B9%D0%BC)
9. Кошлякова, М. О. Социальное пространство имиджа [Текст] : монография. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 152 с. (Научная мысль). - ISBN 978-5-16-006408-6
10. Этика деловых отношений [Текст] : учебник / Борисов В. К., Панина Е. М., Панов М. И. -

- МО. - М. : ФОРУМ-ИНФРА-М, 2008. - 176 с. ; (Профессиональное образование). - - ISBN 978-5-8199-0276-9
11. Перелыгина Е.Б. Психология имиджа : Учеб. пособие / Е. Б. Перелыгина. - МО. - М. : Аспект Пресс, 2002. - 223с.
  12. Кузин Ф.А. Современный имидж делового человека, бизнесмена, политика:
  13. Практическое пособие / Ф. А. Кузин. - М.
  14. Алехина, И. Имидж и этикет делового человека / И. Алехина. - 2-е изд. - М.: Дело, 2001. - 112 с.
  15. Гуревич П.С. Приключения имиджа: Типология телевизионного образа и парадоксы его восприятия / П. С. Гуревич. - М.: Искусство, 1991.
  16. Шарков, Ф.И. Имидж фирмы: технологии управления [Текст]: Учебное пособие / Ф. И. Шарков. - УМО. - М. : Академический Проект, 2006. - 272с. ;. - (Gaudeamus). - ISBN 5-8291-0764-3 :
  17. Бердников, В. А. Новые аспекты конкурентоспособности территории: имидж промышленного мегаполиса в цифрах и фактах [Текст]: монография. - Тольятти : Изд-во ТолПи, 2001. - 168 с.
  18. Кирюнин А.Е. Имидж региона как интериоризация культуры / А. Е. Кирюнин. - М.: Книжный дом "Университет", 2000.
  19. Имидж России: концепция национального и территориального брендинга [Текст] : монография / Под ред. И. А. Василенко. - 2-е изд., доп. и перераб. - М. : Экономика, 2014. - 247 с.
  20. Калюжный, А.А Психология формирования имиджа учителя [Текст] : Учебное пособие / А. А. Калюжный. - М. : ВЛАДОС, 2004. - 222 с. (Библиотека руководителя образовательного учреждения). - ISBN 5-691-01322-X
  21. Калюжный, А.А. Психология формирования имиджа учителя [Текст] : Учебное пособие / А. А. Калюжный. - М. : ВЛАДОС, 2004. - 222 с.. - (Библиотека руководителя образовательного учреждения). - ISBN 5-691-01322-X
  22. Шарков, Ф.И. Имидж фирмы: технологии управления [Текст] : Учебное пособие / Ф. И. Шарков. - УМО. - М. : Академический Проект, 2006. - 272с. . - (Gaudeamus). - ISBN 5-8291-0764-3
  23. Гейц И.В. Рабочее время, как основа нормирования труда : Практическое пособие / И. В. Гейц. - М. : Дело и Сервис, 2003. - 208с. - (Библиотека журнала «Заработная плата. Расчеты. Учет. Налоги». Вып.7).
  24. Изучение трудовых процессов и затрат рабочего времени: Метод. указания и задания по курсу «Нормирование труда» с использованием ПК
  25. Щеколдин В.А., Погорелова Е.В. - Самара : СГЭА, 2000. - 36с.
  26. Гупалов В.К. Управление рабочим временем на предприятии / В. К. Гупалов. - М.: Финансы и статистика, 1991. - 208с.
  27. Зайверт Лотар. Ваше время - в ваших руках: Советы руководителям, как эффективно использовать рабочее время / Зайверт Лотар. - Пер. с нем. - М. : Экономика, 1990. - 231с.
  28. Бараненкова, Т. А. Рационально использовать рабочее время/ Т. А. Бараненкова. - М. : Экономика, 1971. - 63с. - (Экономические знания - в массы).
  29. Андреевко, А.Я. Рабочий день и его использование / А. Я. Андреевко. - М. : Экономика, 1969. - 80 с.
  30. Адизес, Ицхак. Развитие лидеров: Как понять свой стиль управления и эффективно общаться с носителями иных стилей
  31. Мартин, Роджер. Мышление в стиле "И". Как мыслят успешные лидеры [Текст] . - Пер. с англ. - М. : Юрайт, 2016. - 229 с. ;
  32. - ISBN 978-1-4221-1892-4
  33. Шейн, Эдгар. Организационная культура и лидерство [Текст] : учебник. - МО, 4-е изд. ; Пер. с англ. И. Малкова. - СПб. :
  34. Питер, 2013. - 352 с. ; 70x100/16. - (Классика МВА). - Библиогр.: с. 346 - 352. - ISBN 978-5-459-01127-2

35. Травин, В. В. Управление человеческими ресурсами. Модуль IV [Текст] : учебно-практическое пособие / М. И. Магура,  
36. М. Б. Курбатова. - М. : Дело, 2014. - 157 с. ; 60x90/16. - (Модульная программа " Руководитель XXI века ").- ISBN 978-5-7749-0895-0

## **8.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

### *8.2.1. Электронные версии учебной литературы*

Управление персоналом / Базаров Т.Ю. (редактор) –

<http://www.cfin.ru/management/people/pmanbook.shtml>

Управление персоналом предприятия / Е.В.Маслов –

<http://enbv.narod.ru/text/Econom/maslov/index.html>

Основы управления персоналом / Шибалкин Ю.А. -

<http://www.hrm.ru/db/hrm/7B2FDA218DFA14DFC3256FA1003EE368/category.html>

Управление персоналом: учебное пособие / В.А. Спивак

[http://www.plam.ru/ucebник/upravlenie\\_personalom\\_uchebnoe\\_posobie/index.php](http://www.plam.ru/ucebник/upravlenie_personalom_uchebnoe_posobie/index.php)

### *8.2.2. Нормативные материалы*

1. Квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих. Утв. постановлением Минтруда РФ от 21 августа 1998 г. N 37 –

<http://www.aup.ru/docs/d2/>

2. Идентификационные номера, справочники, классификаторы – <http://www.aup.ru/docs/klasif/>

3. Федеральный портал проектов нормативных правовых актов <http://regulation.gov.ru/>

### *8.2.3. Электронные журналы*

1. <http://www.ufacity.info/news/67593.html> Координационный совет по охране труда. Безопасность жизнедеятельности. Безопасность технологических процессов и производств.

2. <http://ohranatruda.ru/> Информационный портал «ОХРАНА ТРУДА В РОССИИ»

3. <http://www.tehdoc.ru/> Техдок. ru - Архив документов по охране труда

4. <http://www.otiss.ru/> Журнал «Охрана труда и социальное страхование»

5. <https://блог-инженера.рф/> сайт Блог Инженера. РФ 2016

6. <http://www.dvkuot.ru/> Клуб инженеров по охране труда

7. <http://e.otruda.ru/> Электронный журнал «Справочник специалиста по охране труда»

8. <http://www.unitalm.ru/blog/> Блог «Юнитал-М»

10. <http://www.trudcontrol.ru/> Портал Труд-Эксперт

11. <http://www.trudohrana.ru/> Охрана труда: просто и понятно. Информационный портал для руководителей и специалистов по охране труда.

12. <http://www.pro-personal.ru/> Pro-персонал: сайт для специалистов по кадрам и управлению персоналом

13. <http://forum.niiot.net/> Форум «Сообщество экспертов по охране труда» (СЭОТ)

14. Информационный сайт по безопасности жизнедеятельности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kornienko-ev.ru/BCYD/page232/index.html>

15. Научно-практический и учебно-методический журнал «Безопасность жизнедеятельности» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://novtex.ru/bjd/>

16. Основы безопасности жизнедеятельности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://0bj.ru/>

17. Охрана труда и безопасность жизнедеятельности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ohrana-bgd.narod.ru/>

### *8.2.4. Специализированные сайты*

1. <https://онлайнинспекция.рф/> Онлайн Инспекция. РФ Защищаем права работников и интересы работодателей. Ресурс позволяет обратиться в инспекцию труда, получить бесплатную консультацию по вопросам трудовых отношений или провести самопроверку своей организации.

2. <http://www.rosmintrud.ru/> Министерство труда и социальной защиты РФ

3. <http://www.rostrud.ru/> Федеральная служба по труду и занятости

4. [consultant.ru](http://consultant.ru) – интернет-версия ИПС «Консультант Плюс»

5. [garant.ru](http://garant.ru) – интернет-версия ИПС «Гарант»
6. Научная электронная библиотека «Киберленинка». <http://cyberleninka.ru>
7. Электронная библиотека «Библиотекарь. Ру» <http://www.bibliotekar.ru/>
8. Портал «Joomla!» Режим доступа: <http://oxpana-trud.ru/>
9. Электронная библиотека Российской государственной библиотеки (РГБ) <http://www.rsl.ru/ru/s2/s101/>
10. Мировая цифровая библиотека <http://wdl.org/ru/>
11. Публичная Электронная Библиотека <http://lib.walla.ru/>
12. Электронная библиотека IQlib <http://www.iqlib.ru/>
13. Электронная библиотека фонда «КОАП» <http://koapp.narod.ru/russian.htm>
14. Библиотека: Интернет-издательство <http://www.magister.msk.ru/library/>
15. Университетская библиотека <http://www.biblioclub.ru/>
16. Электронная библиотека учебников <http://studentam.net/>
17. Библиотека <http://window.edu.ru/window/library>
18. Библиотека Гумер - гуманитарные науки <http://www.gumer.info/>
19. Библиотека экономической и деловой литературы <http://www.aup.ru/library/>
20. Библиотека экономической и управленческой литературы <http://eup.ru/Catalog/All-All.asp>
21. Финансовая электронная библиотека <http://www.mirkin.ru>
22. Economics: Экономическая библиотека <http://www.economics.com.ua/lib/index.php?cat=1>
23. Электронная библиотека по бизнесу, финансам, экономике и смежным темам <http://www.finbook.biz/>
24. Энциклопедия маркетинга <http://marketing.spb.ru/read.htm>