

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Ашмарина Светлана Игоревна

Должность: Ректор ФГБОУ ВО «Самарский государственный университет высшего образования»

Дата подписания: 01.02.2020 С 895131

Уникальный программный ключ:

59650034d6e3a6baac49b7bd0f8e79fea1433ff3e82f1fc7e9279a031181baba

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»

Институт менеджмента

Кафедра Менеджмента

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом Университета

(протокол № 10 от 29 апреля 2020 г.)

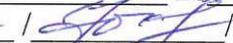
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Наименование дисциплины Б1.В.ДВ.06.02 Имиджелогия

Основная профессиональная образовательная программа Направление 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ программа "Менеджмент организации"

Методический отдел УМУ

«30» 03 2020 г.

 / 

Научная библиотека СГЭУ

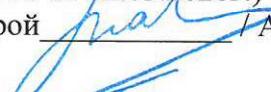
«30» 03 2020 г.

 / 

Рассмотрено к утверждению

на заседании кафедры Менеджмента

(протокол №8 от 02.03.2020г.)

Зав. кафедрой  / А.П. Жабин /

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

Содержание (рабочая программа)

Стр.

- 1 Место дисциплины в структуре ОП
- 2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
- 3 Объем и виды учебной работы
- 4 Содержание дисциплины
- 5 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
- 6 Фонд оценочных средств по дисциплине

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Имиджелогия входит в вариативную часть (дисциплина по выбору) блока Б1. Дисциплины (модули)

Предшествующие дисциплины по связям компетенций: Финансово-экономическое обоснование управленческих решений, Стратегический менеджмент, Бизнес-планирование, Поведенческий маркетинг, Управление маркетингом

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Имиджелогия в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

ОПК-2 - способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
ОПК-2	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
	ОПК2з1: виды, типы, формы организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности	ОПК2у1: с позиций управленческо-правовых норм анализировать конкретные ситуации, возникающие в повседневной практике	ОПК2в1: навыками применения организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности
	ОПК2з2: методы принятия организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности и виды ответственности за них	ОПК2у2: анализировать и оценивать организационно-управленческие решения; принимать адекватные решения при возникновении критических, спорных ситуаций	ОПК2в2: способностью нести ответственность за принятые организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-3 - владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
ПК-3	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
	ПК3з1: методы и основные теории стратегического менеджмента; содержание и	ПК3у1: разрабатывать корпоративные, конкурентные и функциональные	ПК3в1: методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы

	взаимосвязь основных элементов процесса стратегического управления	стратегии развития организации	
	ПКЗз2: подходы к анализу систем качества продукции, услуг – с целью обеспечения её конкурентоспособности	ПКЗу2: проводить анализ конкурентной сферы отрасли для повышения конкурентоспособности организации	ПКЗв2: методами анализа отраслевых рынков в целях повышения конкурентоспособности организаций – участников этих рынков

3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

Очная форма обучения

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 7
Контактная работа, в том числе:	37.15/1.03
Занятия лекционного типа	18/0.5
Занятия семинарского типа	18/0.5
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.15/0
Групповая контактная работа (ГКР)	1/0.03
Самостоятельная работа, в том числе:	61.85/1.72
Промежуточная аттестация	9/0.25
Вид промежуточной аттестации: Зачет	Зач
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	108
Зачетные единицы	3

заочная форма

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 8
Контактная работа, в том числе:	13.15/0.37
Занятия лекционного типа	4/0.11
Занятия семинарского типа	8/0.22
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.15/0
Групповая контактная работа (ГКР)	1/0.03
Самостоятельная работа, в том числе:	91.85/2.55
Промежуточная аттестация	3/0.08
Вид промежуточной аттестации: Зачет	Зач
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	108
Зачетные единицы	3

4. Содержание дисциплины

4.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий:

Тематический план дисциплины Имиджелогия представлен в таблице.

Разделы, темы дисциплины и виды занятий Очная форма обучения

	Контактная работа	☺	3	
--	-------------------	---	---	--

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Лекции	Занятия семинарского типа		ИКР	ГКР		Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе
			Практич. занятия					
1.	Основные понятия и функции имиджологии	9	9				41,85	ОПК2з1, ОПК2з2, ОПК2у1, ОПК2у2, ОПК2в1, ОПК2в2, ПК3з1, ПК3з2, ПК3у1, ПК3у2, ПК3в1, ПК3в2
2.	Имидж и корпоративная культура	9	9				20	ОПК2з1, ОПК2з2, ОПК2у1, ОПК2у2, ОПК2в1, ОПК2в2, ПК3з1, ПК3з2, ПК3у1, ПК3у2, ПК3в1, ПК3в2
	Контроль	9						
	Итого	18	18	0.15	1	61.85		

заочная форма

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе	
		Лекции	Занятия семинарского типа		ИКР			ГКР
			Практич. занятия					
1.	Основные понятия и функции имиджологии	2	4			51,85	ОПК2з1, ОПК2з2, ОПК2у1, ОПК2у2, ОПК2в1, ОПК2в2, ПК3з1, ПК3з2, ПК3у1, ПК3у2, ПК3в1, ПК3в2	
2.	Имидж и корпоративная культура	2	4			40	ОПК2з1, ОПК2з2, ОПК2у1, ОПК2у2, ОПК2в1, ОПК2в2, ПК3з1, ПК3з2, ПК3у1, ПК3у2, ПК3в1, ПК3в2	
	Контроль	3						
	Итого	4	8	0.15	1	91.85		

4.2 Содержание разделов и тем

4.2.1 Контактная работа

Тематика занятий лекционного типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия лекционного типа*	Тематика занятия лекционного типа
1.	Основные понятия и функции имиджологии	лекция	Система имиджа
		лекция	Цели и стратегии имиджа компании

2.	Имидж и корпоративная культура	лекция	Элементы формирования имиджа
лекция		Имидж и корпоративная культура	
лекция		Самопрезентация	

*лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся

Тематика занятий семинарского типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия семинарского типа**	Тематика занятия семинарского типа
1.	Основные понятия и функции имиджологии	практическое занятие	Система имиджа
		практическое занятие	Цели и стратегии имиджа компании
2.	Имидж и корпоративная культура	практическое занятие	Элементы формирования имиджа
		практическое занятие	Имидж и корпоративная культура
		практическое занятие	Самопрезентация

** семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия

Иная контактная работа

При проведении учебных занятий СГЭУ обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Формы и методы проведения иной контактной работы приведены в Методических указаниях по основной профессиональной образовательной программе.

4.2.2 Самостоятельная работа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид самостоятельной работы ***
1.	Основные понятия и функции имиджологии	- подготовка доклада - тестирование
2.	Имидж и корпоративная культура	- подготовка доклада - тестирование

*** самостоятельная работа в семестре, написание курсовых работ, докладов, выполнение контрольных работ



5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Литература:

Основная литература

1.Семенова, Л. М. Имиджмейкинг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 141 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-11004-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/444427>

Дополнительная литература

1.Семенова, Л. М. Профессиональный имиджбилдинг на рынке труда : учебник и практикум для академического бакалавриата / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство

5.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Microsoft Windows 10 Education / Microsoft Windows 7 / Windows Vista Business
2. Microsoft Office 2016 Professional Plus (Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher) / Microsoft Office 2007 (Word, Excel, Access, PowerPoint)

5.3 Современные профессиональные базы данных, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия» - <http://www.gov.ru/>)
2. Профессиональная база данных «Финансово-экономические показатели Российской Федерации» (Официальный сайт Министерства финансов РФ - <https://www.minfin.ru/ru/>)
3. Профессиональная база данных «Официальная статистика» (Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - <http://www.gks.ru/>)

5.4. Информационно-справочные системы, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. справочно-правовая система «Консультант Плюс»
2. справочно-правовая система «ГАРАНТ-Максимум»

5.5. Специальные помещения

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ

Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования
--	---

Для проведения занятий лекционного типа используются демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия в виде презентационных материалов, обеспечивающих тематические иллюстрации.

6. Фонд оценочных средств по дисциплине Имиджелогия:

6.1. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля		Отметить нужное знаком « + »
	Текущий контроль	Оценка докладов	
Тестирование			+
Промежуточный контроль	Зачет		+

Порядок проведения мероприятий текущего и промежуточного контроля определяется Методическими указаниями по основной профессиональной образовательной программе высшего образования, утвержденными Ученым советом ФГБОУ ВО СГЭУ №10 от 29.04.2020г.

6.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

ОПК-2 - способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
Пороговый	ОПК2з1: виды, типы, формы организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности	ОПК2у1: с позиций управленческо-правовых норм анализировать конкретные ситуации, возникающие в повседневной практике	ОПК2в1: навыками применения организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности
Повышенный	ОПК2з2: методы принятия организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности и виды ответственности за них	ОПК2у2: анализировать и оценивать организационно-управленческие решения; принимать адекватные решения при возникновении критических, спорных ситуаций	ОПК2в2: способностью нести ответственность за принятые организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-3 - владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности

Планируемые результаты	Планируемые результаты обучения по дисциплине

обучения по программе			
	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
Пороговый	ПКЗз1: методы и основные теории стратегического менеджмента; содержание и взаимосвязь основных элементов процесса стратегического управления	ПКЗу1: разрабатывать корпоративные, конкурентные и функциональные стратегии развития организации	ПКЗв1: методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы
Повышенный	ПКЗз2: подходы к анализу систем качества продукции, услуг – с целью обеспечения её конкурентоспособности	ПКЗу2: проводить анализ конкурентной сферы отрасли для повышения конкурентоспособности организации	ПКЗв2: методами анализа отраслевых рынков в целях повышения конкурентоспособности организаций – участников этих рынков

6.3. Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контролируемые планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по программе	Вид контроля/используемые оценочные средства	
			Текущий	Промежуточный
1.	Основные понятия и функции имиджологии	ОПК2з1, ОПК2з2, ОПК2у1, ОПК2у2, ОПК2в1, ОПК2в2, ПКЗз1, ПКЗз2, ПКЗу1, ПКЗу2, ПКЗв1, ПКЗв2	Оценка докладов Тестирование	Зачет
2.	Имидж и корпоративная культура	ОПК2з1, ОПК2з2, ОПК2у1, ОПК2у2, ОПК2в1, ОПК2в2, ПКЗз1, ПКЗз2, ПКЗу1, ПКЗу2, ПКЗв1, ПКЗв2	Оценка докладов Тестирование	Зачет

6.4. Оценочные материалы для текущего контроля

Примерная тематика докладов

Раздел дисциплины	Темы
Основные понятия и функции имиджологии	1. Основные понятия и функции имиджологии 2. Система имиджа 3. Цели и стратегии разработки имиджа компании 4. Формирование имиджа компании 5. Имидж и корпоративная культура 6. Мотивация сотрудников в контексте имиджа компании 7. Внутренние события компании 8. Имидж руководителя компании 9. Самопрезентация 10. Профессиональная этика и имидж руководителя
Имидж и корпоративная культура	11. Имидж руководителя – женщины: особенности формирования 12. Особенности формирования карьеры женщины руководителя в России

	<p>13. Особенности формирования имиджа фирмы в российских условиях</p> <p>14. Технология формирования самопрезентации руководителя</p> <p>15. Специфика формирования имиджа совместных предприятий: российский опыт</p> <p>16. Влияние типа корпоративной культуры на формирование имиджа организации</p> <p>17. Корпоративная культура и имидж лидера организации: взаимовлияние и взаимозависимость</p> <p>18. Учет психологических особенностей руководителя в формировании его имиджа : подход с позиций МВІсоционики</p> <p>19. Взаимосвязь делового этикета и имиджа компании</p> <p>20. Учет вербальных и невербальных характеристик общения в формировании имиджа менеджера</p> <p>21. Профессиональная этика и имиджа менеджера</p> <p>22. Использование характеристик критериальной базы поведения личности в технологии формирования имиджа руководителя.</p> <p>23. Особенности имиджа руководителя в разных странах</p> <p>24: Взаимовлияние Я-концепции и персонального имиджа менеджера</p> <p>25. Влияние эмоционального интеллекта личности на формирование имиджа</p> <p>26. Самоменеджмент руководителя и его имидж</p> <p>27. Влияние имиджа руководителя на деловое общение в организации</p> <p>28. Использование теории трансактного анализа Э.Берна в формировании имиджа лидера компании</p> <p>29. Учет национально- культурных особенностей в формировании имиджа</p> <p>30. Имидж лидера его влияние на деловую репутацию компании</p>
--	--

Задания для тестирования по дисциплине для оценки сформированности компетенций (min 20, max 50 + ссылку на ЭИОС с тестами)
<https://lms2.sseu.ru/course/index.php?categoryid=514>

Имидж – это:

результат деятельности фирмы;
 процесс деятельности в фирме;
 и результат, и процесс деятельности в фирмы;
 вторичный результат формирования материальных активов фирмы.

По определению И.Викентьева имидж – это:

формирование публичности;
 результат «внеценовой» конкуренции;
 результат ценовой конкуренции;
 результат деятельности по медиа-релейшнз.

Что из ниже перечисленного не относится к «PR-аудиту»

аудит групп общественности;
 аудит потенциала рынка;
 аудит коммуникаций;
 социальный аудит;
 аудит имиджа.

Наиболее точная оценка имиджа соответствует следующему утверждению:
 существует общая оценка имиджа по одному параметру;

существует общая оценка имиджа по ряду параметров;
следует оценивать имидж по одному параметру для каждой группы общественности;
следует оценивать имидж для каждой группы общественности по ряду показателей.

Формирование имиджа в глазах внутренней общественности соответствует следующим принципам:

приоритет внешних коммуникаций над внутренними;
приоритет внутренних коммуникаций над внешними;
паритет внешних и внутренних коммуникаций;
предварительное освещение новости в СМИ

Имидж лидера компании «Кока-Кола» соответствует следующей градации:

«лицо организации».
«растворенность в организации».
«антиреклама».
возвышение имиджа.

Контреклама – это;
отстройка от конкурентов;
результат деятельности конкурентов;
возвышение случайно сниженного имиджа;
позиционирование организации.

Какой из жанров PR-текста в наибольшей степени позиционирует лидера организации:

пресс-релиз;
бекграундер;
байлайнер;
нюс-релиз.

Форма «вопрос-ответ» не используется в процессе формирования имиджа лидера организации:

на годовом собрании акционеров;
при подготовке интервью лидера со СМИ;
при встрече с рядовыми сотрудниками организации;
при подготовке имиджевой статьи.

К параметрам эффективных источников коммуникации не относится:

правдоподобие;
конгруэнтность;
власть;
привлекательность.

Во время взаимных представлений Вы не расслышали имя партнера, что делать? (два правильных ответа):

вручить свою визитку;
попросить у него визитку;
просто переспросить;
промолчать.

При встрече в узком кругу как надлежит садиться хозяину по отношению к главе делегации гостей:

немного спереди;
справа;
слева;
сзади.

Договариваясь о встрече, Вы:
назовете время встречи;

предложите партнеру назвать удобное ему время;
сообщите свои предпочтения;
позвоните и сообщите время.

Основные стереотипы, влияющие на формирование первого впечатления, следующие:
соматические, зеркальные, висцеральные;
каузальные, гугнические, гностические;
антропологические, социальные, эмоционально-эстетические;
биологические, социальные, профессиональные.

Самопрезентация – это умение сконцентрировать внимание окружающих на:
демонстрации вашей учености и образованности;
ваши несомненные достоинства и увести внимание партнеров от ваших недостатков;
демонстрации окружающим вашего несомненного превосходства над ними;
демонстрация внешнего вида, стиля одежды;

Комплимент – это:
положительная оценка качеств собеседника;
небольшое преувеличение достоинств собеседника;
чрезмерное преувеличение качеств собеседника;
завуалированная лесть.

Обаятельный человек – это тот, которому свойственны:
хитрость, коварство, угодничество, уступчивость и др.;
неординарность, остроумие, выразительность, внимательность и др.;
решительность, манипулятивность, простодушие и др;
внешний модный вид, манеры и др.

Правило 90\90 в эффекте первого впечатления означает:
в первые 90 секунд общения необходимо смотреть на собеседника большую часть времени (т.е. 90% из 100%);
90% информации о вас определяется в первые 90 секунд общения;
в первые 90 секунд общения необходимо слушать своего собеседника не менее 90% от всего времени разговора;
смотреть прямо в глаза все 90 секунд общения.

Проявление жеста закрытости обычно является:
скрещивание рук на груди;
неполная посадка на стуле;
рука, поддерживающая подбородок;
скрещенные ноги.

Классическим жестом уверенности является:
скрещивание рук на груди;
прикрытие обеими руками рта;
соединение пальцев обеих рук;

6.5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации

Фонд вопросов для проведения промежуточного контроля в форме зачета

Раздел дисциплины	Вопросы
	1. Понятие, функции имиджологии
	2. Сущность понятия имидж
	3. Этапы создания имиджа
	4. Структура имиджа
	5. Классификация имиджа

	6. Цели формирования имиджа компании 7. Стратегии имиджа компании 8. Имя компании. Принципы создания 9. Система корпоративной идентификации 10. Инструменты коммуникации имиджа 11. Понятие корпоративной культуры; функции, уровни, атрибуты 12. Виды корпоративной культуры 13. Соотношение, взаимосвязь понятий имидж и корпоративная культура 14. Основные элементы мотивации сотрудников 15. HR – брендинг: сущность, виды
	16. Основные внутренние события компании 17. Этапы создания корпоративного праздника 18. Имидж руководителя : основные составляющие 19. Внутренний и внешний имидж руководителя 20. Функции имиджа руководителя 21. Основные элементы презентации 22. Техника самопрезентации 23. Профессиональная, служебная этика руководителя 24. Национально-культурные особенности имиджа руководителя 25. Деловая репутация фирмы 26. Психологические характеристики руководителя и его имидж 27. Техника общения с «трудными» работниками 28. Роль PR-службы компании в формировании имиджа 29. Имидж компании и правила делового общения, телефонный этикет 30. Персональный и корпоративный имидж

6.6. Шкалы и критерии оценивания по формам текущего контроля и промежуточной аттестации

Шкала и критерии оценивания

Оценка	Критерии оценивания для мероприятий контроля с применением 2-х балльной системы
«зачтено»	ОПК2з1, ОПК2у1, ОПК2в1, ПК3з1, ПК3у1, ПК3в1
«не зачтено»	Результаты обучения не сформированы на пороговом уровне