

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 20.09.2023 12:44:21
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82479

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)»

Институт социальной инженерии
Кафедра социологии и рекламных коммуникаций

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Формирование имиджа коммерческой организации

| | |
|--|---|
| Уровень образования | бакалавриат |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность (профиль) | Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере |
| Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения | 4 года 11 месяцев |
| Форма(-ы) обучения | заочная |

Рабочая программа учебной дисциплины «Формирование имиджа коммерческой организации» основной профессиональной образовательной программы высшего образования, рассмотрены и одобрены на заседании кафедры, протокол № 8 от 10.03.2023 г.

Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:

1. Доцент С.П. Баймешова

Заведующий кафедрой: Е.Г. Карпова

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Учебная дисциплина «Формирование имиджа коммерческой организации» изучается на пятом курсе.

Курсовая работа – не предусмотрена.

1.1. Форма промежуточной аттестации:

Зачет с оценкой

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Основой для освоения дисциплины являются результаты обучения по предшествующим дисциплинам и практикам:

- Креативные технологии в рекламе и PR
- Основы рекламной деятельности и PR
- Организация и проведение PR- кампаний
- Основы культуры и информационной безопасности
- Межкультурные коммуникации
- Репутационный менеджмент
- Деловое общение в коммерческой сфере
- Имиджеология, теория и технология образа
- Правовые и этические основы рекламы и связей с общественностью
- Технологии создания коммерческого имени и рекламного текста
- Конфликтология в коммерческой сфере

Результаты обучения по учебной дисциплине используются при изучении следующих дисциплин и прохождения практик:

- Современные массмедиа в коммерческой сфере
- Разработка и технология производства коммуникационного продукт
- Брендинг в коммерческой сфере
- Технология деловых переговоров с заказчиками и подрядчиками
- Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью

преддипломной практики и выполнении выпускной квалификационной работы.

2. ЦЕЛИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Целями освоения дисциплины «Формирование имиджа коммерческой организации» являются:

- формирования имиджа коммерческой организации;
- получение практических навыков в области создания, корректировки и повышения имиджа фирмы;
- формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.

Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины.

2.1. Формируемые компетенции, индикаторы достижения компетенций, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

| Код и наименование компетенции | Код и наименование индикатора достижения компетенции | Планируемые результаты обучения по дисциплине |
|--|--|--|
| <p>УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p> | <p>ИД-УК 1.1 Анализ поставленной задачи с выделением ее базовых составляющих; определение, интерпретация и ранжирование информации, необходимой для решения поставленной задачи</p> | <p>Осуществляет социальное взаимодействие и реализует свою роль в команде Определяет роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и построение продуктивного взаимодействия с учетом этого</p> |
| | <p>ИД-УК-1.2 Определение путей решения проблем мировоззренческого, нравственного и личностного характера на основе использования основных философских идей и категорий в их историческом развитии и социально-культурном контексте</p> | |
| | <p>ИД-УК-1.3 Использование системных связей и отношений между явлениями, процессами и объектами; методов поиска информации, ее системного и критического анализа при формировании собственных мнений, суждений, точек зрения</p> | |
| | <p>ИД-УК-1.4 Планирование возможных вариантов решения поставленной задачи, оценка их достоинств и недостатков, определение связи между ними и ожидаемых результатов их решения</p> | |
| <p>ПК-1 Способен планировать и проводить маркетинговые исследования, интерпретировать их результаты, разрабатывать практически значимые рекомендации, использовать результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний,</p> | <p>ИД-ПК-1.1 Организация и проведение маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта</p> | <p>Осуществляет социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде Определяет роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и построение продуктивного взаимодействия с учетом этого</p> |
| | <p>ИД-ПК-1.2 Применение современных информационно-коммуникационных технологий, в том числе интернет-технологий для обработки и интерпретации результатов маркетинговых исследований</p> | |
| | <p>ИД-ПК-1.3 Использование математического аппарата для</p> | |

| Код и наименование компетенции | Код и наименование индикатора достижения компетенции | Планируемые результаты обучения по дисциплине |
|--|--|---|
| реализовывать типовые алгоритмы проектов при создании коммуникационного продукта | обработки и интерпретации результатов исследования | |
| | ИД-ПК-1.4 Обоснование методологии и методов исследования, разработка алгоритмов и организация исследования | |

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

| | | | | |
|-----------------------------|---|------|-----|------|
| по заочной форме обучения – | 3 | з.е. | 108 | час. |
|-----------------------------|---|------|-----|------|

3.1. Структура учебной дисциплины для обучающихся по видам занятий (заочная форма обучения)

| Структура и объем дисциплины | | | | | | | | | |
|-------------------------------|--------------------------------|------------|-----------------------------------|---------------------------|---------------------------|------------------------------|--|--|-------------------------------|
| Объем дисциплины по семестрам | форма промежуточной аттестации | всего, час | Контактная аудиторная работа, час | | | | Самостоятельная работа обучающегося, час | | |
| | | | лекции, час | практические занятия, час | лабораторные занятия, час | практическая подготовка, час | курсовая работа | самостоятельная работа обучающегося, час | промежуточная аттестация, час |
| 5 курс | | | | | | | | | |
| летняя сессия | | | 8 | 8 | | | | 88 | 4 |
| Всего: | | 108 | 8 | 8 | | | | 88 | 4 |

3.2. Структура учебной дисциплины для обучающихся по разделам и темам дисциплины: (заочная форма обучения)

| Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций | Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации | Виды учебной работы | | | | Самостоятельная работа, час | Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости |
|--|--|---------------------|---------------------------|---|------------------------------|-----------------------------|--|
| | | Контактная работа | | | | | |
| | | Лекции, час | Практические занятия, час | Лабораторные работы/индивидуальные занятия, час | Практическая подготовка, час | | |
| Пятый курс | | | | | | | |
| УК-1 | Раздел I. Имидж как социокультурный феномен | 4 | 4 | | | 44 | Формы текущего контроля по разделу I: Собеседование Реферат |
| ИД-УК-1.1 | Тема 1.1. Понятие имиджа, его виды и процесс формирования | 1 | | | | | |
| ИД-УК-1.2 | Тема 1.2. Корпоративный имидж и его составляющие | 1 | | | | | |
| ИД-УК-1.3 | Тема 1.3. Аудитория имиджа фирмы | 1 | | | | | |
| ИД-УК-1.4 | Тема 1.4. Модели имиджа организации | 1 | | | | | |
| | Практическое занятие № 1.1 Понятие имиджа, его виды и процессе формирования | | 1 | | | 10 | |
| | Практическое занятие № 1.2 Корпоративный имидж и его составляющие | | 1 | | | 10 | |
| | Практическое занятие № 1.3 Аудитория имиджа фирмы | | 1 | | | 12 | |
| | Практическое занятие № 1.4 Модели имиджа организации | | 1 | | | 12 | |
| ПК-1 | Раздел II. Оценка имиджа организации | 4 | 4 | | | 44 | |
| ИД-ПК-1.1 | Тема 2.1. Психологические рекомендации по формированию положительного имиджа | 1 | | | | | |
| ИД-ПК-1.2 | Тема 2.2. Методы оценки имиджа фирмы | 1 | | | | | |
| ИД-ПК-1.3 | Тема 2.3. Результаты оценки имиджа коммерческой организации | 2 | | | | | |
| ИД-ПК-1.4 | Практическое занятие № 2.1 Психологические рекомендации по формированию положительного имиджа | | 1 | | | 15 | |
| | Практическое занятие № 2.2 Методы оценки имиджа фирмы | | 1 | | | 15 | |
| | Практическое занятие № 2.3 | | 2 | | | 14 | |

| Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций | Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации | Виды учебной работы | | | | Самостоятельная работа, час | Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости |
|--|---|---------------------|---------------------------|---|------------------------------|-----------------------------|--|
| | | Контактная работа | | | | | |
| | | Лекции, час | Практические занятия, час | Лабораторные работы/индивидуальные задания, час | Практическая подготовка, час | | |
| | Результаты оценки имиджа коммерческой организации | | | | | | |
| | Зачет | | | | | 4 | Зачет с оценкой |
| | ИТОГО за пятый курс | 8 | 8 | | | 88 | |
| | ИТОГО за весь период | 8 | 8 | | | 92 | |

3.3. Краткое содержание учебной дисциплины

| № пп | Наименование раздела и темы дисциплины | Содержание раздела (темы) |
|------------------|--|---|
| Раздел I | Имидж как социокультурный феномен | |
| Тема 1.1 | Понятие имиджа, его виды и процесс формирования | Основные понятия, используемые в имиджологии. Функции корпоративного имиджа. История имиджа и науки имиджологии. Необходимость формирования имиджа коммерческой организации его виды. |
| Тема 1.2 | Корпоративный имидж и его составляющие | Возникновение понятия «корпоративный имидж». Компоненты стратегии управления корпоративным имиджем. Факторы, влияющие на имидж фирмы. Структурные элементы имиджа фирмы. |
| Тема 1.3 | Аудитория имиджа фирмы | Аудитория имиджа: понятие, группы аудиторий. Целевые аудитории имиджа коммерческих организаций. Методы воздействия на аудиторию имиджа. |
| Тема 1.4 | Модели имиджа организации | Методы, используемые при формировании имиджа фирмы. Характеристики имиджа фирмы с психологической точки зрения. Структурные модели имиджа фирмы. Направления формирования имиджа организации. |
| Раздел II | Оценка имиджа организации | |
| Тема 2.1 | Психологические рекомендации по формированию положительного имиджа | Психологические требования к названию фирмы. Психологические рекомендации для фирменного стиля. Психологические аспекты формирования корпоративных отношений в организации. |
| Тема 2.2 | Методы оценки имиджа фирмы | Качественные методы оценки имиджа организации. Психодиагностические методики, используемые для оценки имиджа руководителя и персонала. Количественные методы оценки имиджа фирмы. |
| Тема 2.3 | Результаты оценки имиджа коммерческой организации | Обобщенные параметры для оценки корпоративного имиджа. Рекомендации по результатам оценки имиджа. Экономическая эффективность имиджевых мероприятий. |

3.4. Организация самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа студента – обязательная часть образовательного процесса, направленная на развитие готовности к профессиональному и личностному самообразованию, на проектирование дальнейшего образовательного маршрута и профессиональной карьеры.

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине организована как совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ, обеспечивающих успешное освоение дисциплины.

Аудиторная самостоятельная работа обучающихся по дисциплине выполняется на учебных занятиях под руководством преподавателя и по его заданию. Аудиторная самостоятельная работа обучающихся входит в общий объем времени, отведенного учебным планом на аудиторную работу, и регламентируется расписанием учебных занятий.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся – планируемая учебная, научно-исследовательская, практическая работа обучающихся, выполняемая во внеаудиторное

время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия, расписанием учебных занятий не регламентируется.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся включает в себя:

- подготовку к лекциям и практическим занятиям;
- изучение учебных пособий;
- изучение теоретического и практического материала по рекомендованным источникам;
- написание тематических докладов и рефератов на проблемные темы;
- участие студентов в составлении тестов;
- подготовка к собеседованию;
- выполнение ситуативных заданий и кейсов;
- выполнение творческих заданий;
- решение задач;
- проведение исследовательских работ;
- подготовка к контрольной работе;
- подготовка к промежуточной аттестации в течение семестра.

Самостоятельная работа обучающихся с участием преподавателя в форме иной контактной работы предусматривает групповую и (или) индивидуальную работу с обучающимися и включает в себя:

- проведение индивидуальных и групповых консультаций;
- проведение консультаций перед зачетом;
- индивидуальные консультации по организации самостоятельного изучения отдельных разделов/тем, базовых понятий учебной дисциплины.

3.5. Применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

При реализации программы учебной дисциплины электронное обучение и дистанционные образовательные технологии применяются.

Реализация программы учебной дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий регламентируется действующими локальными актами университета.

В электронную образовательную среду перенесены отдельные виды учебной деятельности:

| использование ЭО и ДОТ | использование ЭО и ДОТ | объем, час | включение в учебный процесс |
|------------------------|------------------------|------------|--|
| смешанное обучение | лекции | 8 | в соответствии с расписанием учебных занятий |
| | практические занятия | 8 | |

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ, СИСТЕМА И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ

4.1. Соотнесение планируемых результатов обучения с уровнями сформированности компетенции(й).

| Уровни сформированности компетенции(-й) | Итоговое количество баллов в 100-балльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации | Оценка в пятибалльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации | Показатели уровня сформированности | | |
|---|---|---|---|--|--|
| | | | универсальных и профессиональных компетенций | | |
| | | | УК-1 ИД-УК-1.1 ИД-УК-1.2 ИД-УК-1.3 ИД-УК-1.4 | | ПК-1 ИД-ПК-1.1 ИД-ПК-1.2 ИД-ПК-1.3 ИД-ПК-1.4 |
| высокий | | отлично | Осуществляет социальное взаимодействие и реализует свою роль в команде Определяет роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и построение продуктивного взаимодействия с учетом этого | | Осуществляет авторскую деятельность с учетом специфики разных СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта Создает тексты рекламы и (или) связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью в оффлайн и онлайн среде |
| повышенный | | хорошо | Осуществляет социальное взаимодействие и реализует свою роль в команде | | Осуществляет авторскую деятельность с учетом специфики разных СМИ и |

| | | | | | |
|---------|--|-------------------|--|--|---|
| | | | <p>Определяет роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, но допускает ошибки</p> <p>Анализирует, но не всесторонне, возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и построение продуктивного взаимодействия с учетом этого</p> | | <p>других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p>Создает тексты рекламы и (или) связей с общественностью без учета специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p>Не может создать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью в офлайн и онлайн среде</p> |
| базовый | | удовлетворительно | <p>Осуществляет социальное взаимодействие и реализует свою роль в команде</p> <p>Не определяет роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели</p> <p>Не анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и построение продуктивного взаимодействия с учетом этого</p> | | <p>Осуществляет авторскую деятельность без учета специфики разных СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p>Создает тексты рекламы и (или) связей с общественностью без учета специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p>Не может создать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью в офлайн и онлайн среде</p> |

| | | | |
|--------|--|---------------------|---|
| низкий | | неудовлетворительно | <p>Обучающийся:</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания теоретического и практического материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации</p> <p>Испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами</p> <p>Выполняет задания только по образцу и под руководством преподавателя</p> <p>Ответ отражает отсутствие знаний на базовом уровне теоретического и практического материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы</p> |
|--------|--|---------------------|---|

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ, ВКЛЮЧАЯ САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

При проведении контроля самостоятельной работы обучающихся, текущего контроля и промежуточной аттестации по учебной дисциплине «Формирование имиджа коммерческой организации» проверяется уровень сформированности у обучающихся компетенций и запланированных результатов обучения по дисциплине, указанных в разделе 2 настоящей программы.

5.1. Формы текущего контроля успеваемости, примеры типовых заданий:

| № пп | Формы текущего контроля | Примеры типовых заданий |
|------|---|---|
| 1 | Собеседование по разделу/теме «Имидж как социокультурный феномен» | <ol style="list-style-type: none"> 1. Формирование представлений об имидже в культуре второй половины XX в. 2. Предмет и законы имиджелогии. Имиджелогия в системе ИМК. 3. Основные понятия имиджелогии. Имиджмейкинг, имиджбилдинг. 4. Проблема соотношения имиджмейкинга и PR в разработке и поддержании имиджа: теоретический и прикладной аспекты. 5. Имидж как система и процесс. Проблемы практической реализации имиджмодели. 6. Структура имиджа. Структурный подход к формированию имиджа. 7. Типология имиджей. 8. Функции персонального имиджа. 9. Функции имиджа организации. 10. Анализ имиджа конкретного исторического лица (власть, политика, искусство). |
| 2 | Реферат по разделу/теме «Имидж как социокультурный феномен» | <ol style="list-style-type: none"> 1. Формирование представлений об имидже в культуре второй половины XX в. 2. Предмет и законы имиджелогии. Имиджелогия в системе ИМК. |

| № пп | Формы текущего контроля | Примеры типовых заданий |
|------|--|---|
| | | <p>3. Основные понятия имиджологии. Имиджмейкинг, имиджбилдинг.</p> <p>4. Проблема соотношения имиджмейкинга и PR в разработке и поддержании имиджа: теоретический и прикладной аспекты.</p> <p>5. Имидж как система и процесс.</p> <p>6. Структура имиджа. Структурный подход к формированию имиджа.</p> <p>7. Типология имиджей.</p> <p>8. Функции имиджа организации.</p> <p>9. Генезис деятельности по формированию имиджа. Анализ имиджа социально-исторического типа (фараон, свободный гражданин, монах, рыцарь, буржуа и т.п.).</p> <p>10. Профессиональные требования к имиджу (для конкретной профессии).</p> |
| 3 | Практическое задание по разделу/теме «Оценка имиджа организации» | <p>Задание 1. Используя материалы лекции и дополнительных литературных источников, разработайте слоганы, выражающие миссию компании, для предложенных вариантов коммерческих организаций:</p> <p>Вариант 1 Розничная торговая организация, реализующая парфюмерно-косметическую продукцию.</p> <p>Вариант 2 Банкетный зал (свадьбы, юбилеи, вечеринки).</p> <p>Вариант 3 Парикмахерская.</p> <p>Вариант 4 Производственное предприятие, специализирующееся на производстве мебели.</p> <p>Вариант 5 Книжный магазин.</p> <p>Вариант 6 Фитнес-клуб.</p> <p>Задание 2. Примеры использования различных символов в фирменных эмблемах и несколько примеров использования различных технологий при выборе названия коммерческой организации (не менее трех).</p> <p>Задание 3. Приведите примеры использования различных инструментов и методов конструирования образа коммерческих организаций в рекламе различных товаров и фирм. Результаты заполните в таблице.</p> <p>Задание 4. Используя материалы лекции, оцените имидж известной вам фирмы, заполнив таблицу. При этом следует учесть, что для каждой характеристики имиджа присваивается максимальное количество баллов, где 5 означает отлично по данной</p> |

| № пп | Формы текущего контроля | Примеры типовых заданий | | | | |
|---|---|---|---|---|---|--|
| | | <p>характеристики, 1 – неудовлетворительная оценка характеристики. Самый значимый показатель имеет ранг – 1, менее значимый – 2 и т.д. Коэффициенты весомости могут иметь значения от 0 до 1 с интервалов 0,05.</p> | | | | |
| 4 | Тест по разделу/теме «Оценка имиджа организации» | <p>1. Группа людей, в психике которых сформировался или формируется оцениваемый ими образ объекта (товара, организации), это ... имиджа.</p> <p>2. Определите соответствие между группами корпоративной аудитории и их представителями:</p> <table border="1" data-bbox="806 534 2069 721"> <tr> <td data-bbox="806 534 1438 721"> 1. Нормативные; 2. Функциональные; 3. Диффузные; 4. Группы потребителей. </td> <td data-bbox="1438 534 2069 721"> Б) местная общественность; В) правительственные учреждения; Г) компания друзей; Д) сегменты покупателей по возрасту. </td> </tr> </table> <p>3. Региональные и местные органы власти относятся к группе корпоративной аудитории:</p> <p>а) нормативные; б) функциональные; с) диффузные; д) группы потребителей.</p> <p>4. Соответствие между имиджеобразующими параметрами фирмы и приоритетными целевыми группами:</p> <table border="1" data-bbox="806 1093 2069 1279"> <tr> <td data-bbox="806 1093 1438 1279"> 1. Качество товаров и услуг; 2. Спонсорская деятельность фирмы; 3. Хорошая деловая репутация; 4. Финансовая состоятельность. </td> <td data-bbox="1438 1093 2069 1279"> А) местная общественность; Б) сотрудники фирмы; В) клиенты фирмы; Г) инвесторы; Д) налоговые органы. </td> </tr> </table> <p>5. Для выявления целевой аудитории имиджа фирмы не применяют:</p> | 1. Нормативные; 2. Функциональные; 3. Диффузные; 4. Группы потребителей. | Б) местная общественность; В) правительственные учреждения; Г) компания друзей; Д) сегменты покупателей по возрасту. | 1. Качество товаров и услуг; 2. Спонсорская деятельность фирмы; 3. Хорошая деловая репутация; 4. Финансовая состоятельность. | А) местная общественность; Б) сотрудники фирмы; В) клиенты фирмы; Г) инвесторы; Д) налоговые органы. |
| 1. Нормативные; 2. Функциональные; 3. Диффузные; 4. Группы потребителей. | Б) местная общественность; В) правительственные учреждения; Г) компания друзей; Д) сегменты покупателей по возрасту. | | | | | |
| 1. Качество товаров и услуг; 2. Спонсорская деятельность фирмы; 3. Хорошая деловая репутация; 4. Финансовая состоятельность. | А) местная общественность; Б) сотрудники фирмы; В) клиенты фирмы; Г) инвесторы; Д) налоговые органы. | | | | | |

| № пп | Формы текущего контроля | Примеры типовых заданий |
|------|-------------------------|---|
| | | а) личные опросы; б) промышленный шпионаж; в) телефонные беседы; г) опросы по почте или в Интернете. |

5.2. Критерии, шкалы оценивания текущего контроля успеваемости:

| Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия) | Критерии оценивания | Шкалы оценивания | |
|--|--|----------------------|----------------------|
| | | 100-балльная система | Пятибалльная система |
| Собеседование | Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос (вопросы), показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Обучающийся демонстрирует глубокие и прочные знания материала по заданным вопросам, исчерпывающе и последовательно, грамотно и логически стройно его излагает | | 5 |
| | Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос (вопросы), показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения дисциплины; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Обучающийся твердо знает материал по заданным вопросам, грамотно и последовательно его излагает, но допускает несущественные неточности в определениях. | | 4 |
| | Дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос (вопросы), но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Обучающийся владеет знаниями только по основному материалу, но не знает отдельных деталей и особенностей, допускает неточности и испытывает затруднения с формулировкой определений. | | 3 |

| Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия) | Критерии оценивания | Шкалы оценивания | | |
|--|---|----------------------|----------------------|-----------------|
| | | 100-балльная система | Пятибалльная система | |
| | Дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Обучающийся не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Обучающийся способен конкретизировать обобщенные знания только с помощью преподавателя. Обучающийся обладает фрагментарными знаниями по теме коллоквиума, слабо владеет понятийным аппаратом, нарушает последовательность в изложении материала. | | 3 | |
| | Дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Обучающийся не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа обучающегося не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы темы. | | 2 | |
| | Не получены ответы по базовым вопросам. | | 2 | |
| | Не принимал участия в собеседовании. | | 2 | |
| Тест | За выполнение каждого тестового задания испытуемому выставляются баллы. Номинальная шкала предполагает, что за правильный ответ к каждому заданию выставляется один балл, за не правильный — ноль. В соответствии с номинальной шкалой, оценивается всё задание в целом, а не какая-либо из его частей. В заданиях с выбором нескольких верных ответов, заданиях на установление правильной последовательности, заданиях на установление соответствия, заданиях открытой формы используют порядковую шкалу. В этом случае баллы выставляются не за всё задание, а за тот или иной выбор в каждом задании, например, выбор варианта, выбор соответствия, выбор ранга, выбор дополнения. В соответствии с порядковой шкалой за каждое задание устанавливается максимальное количество баллов, например, три. Три балла выставляются за все верные выборы в одном задании, два балла - за одну ошибку, один - за две | | 5 | 85% - 100% |
| | | | 4 | 65% - 84% |
| | | | 3 | 41% - 64% |
| | | | 2 | 40% и менее 40% |

| Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия) | Критерии оценивания | Шкалы оценивания | |
|--|---|----------------------|----------------------|
| | | 100-балльная система | Пятибалльная система |
| | <p>ошибки, ноль — за полностью неверный ответ.</p> <p>Правила оценки всего теста: общая сумма баллов за все правильные ответы составляет наивысший балл, например, 20 баллов. В спецификации указывается общий наивысший балл по тесту.</p> <p>Также устанавливается диапазон баллов, которые необходимо набрать для того, чтобы получить отличную, хорошую, удовлетворительную или неудовлетворительную оценки.</p> <p>Рекомендуемое процентное соотношение баллов и оценок по пятибалльной системе.</p> <p>«2» - равно или менее 40% «3» - 41% - 64% «4» - 65% - 84% «5» - 85% - 100%</p> | | |
| Реферат | Реферат выполнен полностью. Нет ошибок в логических рассуждениях. Возможно наличие одной неточности или описки, не являющиеся следствием незнания или непонимания учебного материала. Обучающийся показал полный объем знаний, умений в освоении пройденных тем и применение их на практике. | | 5 |
| | Реферат выполнен полностью, но обоснований шагов решения недостаточно. Допущена одна ошибка или два-три недочета. | | 4 |
| | Допущены более одной ошибки или более двух-трех недочетов. | | 3 |
| | Реферат выполнен не полностью. Допущены грубые ошибки. | | 2 |
| | Реферат не подготовлен. | | |
| Практическое задание | Обучающийся (член рабочей группы), в процессе решения проблемной ситуации продемонстрировал глубокие знания дисциплины, сущности проблемы, были даны логически последовательные, содержательные, полные, правильные и конкретные ответы на все вопросы; даны рекомендации по использованию данных в будущем для аналогичных ситуаций. | | 5 |

| Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия) | Критерии оценивания | Шкалы оценивания | |
|--|---|----------------------|----------------------|
| | | 100-балльная система | Пятибалльная система |
| | Обучающийся (член рабочей группы), правильно рассуждает и принимает обоснованные верные решения, однако, имеются незначительные неточности, представлен недостаточно полный выбор стратегий поведения/ методов/ инструментов (в части обоснования); | | 4 |
| | Обучающийся (член рабочей группы), слабо ориентируется в материале, в рассуждениях не демонстрирует логику ответа, плохо владеет профессиональной терминологией, не раскрывает суть проблемы и не предлагает конкретного ее решения. Обучающийся не принимал активного участия в работе группы, выполнившей задание на «хорошо» или «отлично». | | 3 |
| | Обучающийся (член рабочей группы), не принимал участие в работе группы. Группа не справилась с заданием на уровне, достаточном для проставления положительной оценки. | | 2 |

5.3. Промежуточная аттестация:

| Форма промежуточной аттестации | Типовые контрольные задания и иные материалы для проведения промежуточной аттестации: |
|---|--|
| Зачет с оценкой: в устной форме по билетам | <ol style="list-style-type: none"> 1. Имидж как социокультурный феномен. 2. История возникновения и развития проблематики построения имиджа. Возникновение понятие имидж 3. Имиджелогия в системе научного знания. Предметная область имиджелогии. 4. Принципы имиджелогии. Методология и методы имиджелогии. 5. Имиджмейкинг как профессиональная деятельность. 6. Профессиональные качества и этика имиджмейкера. 7. Методы рекламы и ПР в технологиях построения имиджа. 8. Имидж: определение понятия. Роль имиджа в экономике, культуре, политике, межличностных отношениях 9. Классификации имиджа. 10. Имиджевая коммуникация: понятие, структура, особенности. |

5.4. Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины:

| Форма промежуточной аттестации | Критерии оценивания | Шкалы оценивания | |
|---|---|----------------------|----------------------|
| Наименование оценочного средства | | 100-балльная система | Пятибалльная система |
| Зачет с оценкой: в устной форме по билетам | <p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – демонстрирует знания отличающиеся глубиной и содержательностью, дает полный исчерпывающий ответ, как на основные вопросы билета, так и на дополнительные; – свободно владеет научными понятиями, ведет диалог и вступает в научную дискуссию; – способен к интеграции знаний по определенной теме, структурированию ответа, к анализу положений существующих теорий, научных школ, направлений по вопросу билета; – логично и доказательно раскрывает проблему, предложенную в билете. <p>Ответ не содержит фактических ошибок и характеризуется глубиной, полнотой, уверенностью суждений, иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики.</p> | | 5 |
| | <p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – показывает достаточное знание учебного материала, но допускает несущественные фактические ошибки, которые способен исправить самостоятельно, благодаря наводящему вопросу; – недостаточно раскрыта проблема по одному из вопросов билета; – недостаточно логично построено изложение вопроса; – успешно выполняет предусмотренные в программе практические задания средней сложности, активно работает с основной литературой. <p>В ответе раскрыто, в основном, содержание билета, имеются неточности при ответе на дополнительные вопросы.</p> | | 4 |
| | <p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – показывает знания фрагментарного характера, которые | | 3 |

| Форма промежуточной аттестации | Критерии оценивания | Шкалы оценивания | |
|----------------------------------|---|----------------------|----------------------|
| Наименование оценочного средства | | 100-балльная система | Пятибалльная система |
| | <p>отличаются поверхностностью и малой содержательностью, допускает фактические грубые ошибки;</p> <p>– не может обосновать закономерности и принципы, объяснить факты, нарушена логика изложения, отсутствует осмысленность представляемого материала, представления о межпредметных связях слабые.</p> <p>Содержание билета раскрыто слабо, имеются неточности при ответе на основные и дополнительные вопросы билета, ответ носит репродуктивный характер. Неуверенно, с большими затруднениями решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно.</p> | | |
| | <p>У обучающегося обнаруживаются существенные пробелы в знаниях основного учебного материала.</p> <p>На большую часть дополнительных вопросов по содержанию зачета затрудняется дать ответ или не дает верных ответов.</p> | | 2 |

5.5. Система оценивания результатов текущего контроля и промежуточной аттестации.

Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.

| Форма контроля | 100-балльная система | Пятибалльная система |
|---|----------------------|---|
| Текущий контроль: | | |
| - собеседование | | 2 – 5 |
| - реферат | | 2 – 5 |
| - тест | | 2 – 5 |
| - практическое задание | | 2 – 5 |
| Промежуточная аттестация Зачет с оценкой | | отлично хорошо удовлетворительно неудовлетворительно |
| Итого за семестр Зачет с оценкой | | отлично хорошо удовлетворительно неудовлетворительно |

Полученный совокупный результат конвертируется в пятибалльную систему оценок в соответствии с таблицей:

| 100-балльная система | пятибалльная система | |
|----------------------|--|------------|
| | зачет с оценкой/экзамен | зачет |
| 85 – 100 баллов | отлично зачтено (отлично) | зачтено |
| 65 – 84 баллов | хорошо зачтено (хорошо) | |
| 41 – 64 баллов | удовлетворительно зачтено (удовлетворительно) | |
| 0 – 40 баллов | неудовлетворительно | не зачтено |

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Реализация программы предусматривает использование в процессе обучения следующих образовательных технологий:

- проблемная лекция;
- проектная деятельность;
- интерактивная лекция;
- групповая дискуссия;
- мастер-классы специалистов и работодателей;
- анализ ситуаций и имитационных моделей;
- поиск и обработка информации с использованием сети Интернет;
- дистанционные образовательные технологии;
- применение электронного обучения;
- просмотр рекламных материалов с их последующим анализом;
- использование на лекционных занятиях видеоматериалов и наглядных пособий;
- самостоятельная работа в системе компьютерного тестирования;
- обучение в сотрудничестве (командная, групповая работа);
- технологии с использованием игровых методов: ролевых, деловых игр.

7. ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

Практическая подготовка в рамках учебной дисциплины реализуется при проведении практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Проводятся отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, которая необходима для последующего выполнения курсовой работы.

8. ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов используются подходы, способствующие созданию безбарьерной образовательной среды: технологии дифференциации и индивидуального обучения, применение соответствующих методик по работе с инвалидами, использование средств дистанционного общения, проведение дополнительных индивидуальных консультаций по изучаемым теоретическим вопросам и практическим занятиям, оказание помощи при подготовке к промежуточной аттестации.

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса лицам с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения.

Учебные и контрольно-измерительные материалы представляются в формах, доступных для изучения студентами с особыми образовательными потребностями с учетом нозологических групп инвалидов:

Для подготовки к ответу на практическом занятии, студентам с ограниченными возможностями здоровья среднее время увеличивается по сравнению со средним временем подготовки обычного студента.

Для студентов с инвалидностью или с ограниченными возможностями здоровья форма проведения текущей и промежуточной аттестации устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).

Промежуточная аттестация по дисциплине может проводиться в несколько этапов в форме рубежного контроля по завершению изучения отдельных тем дисциплины. При необходимости студенту предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся создаются, при необходимости, фонды оценочных средств, адаптированные для лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Характеристика материально-технического обеспечения дисциплины составляется в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Материально-техническое обеспечение дисциплины при обучении с использованием традиционных технологий обучения.

| Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п. | Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п. |
|--|--|
| 115419, г. Москва, ул. Донская 39, строение 4, учебный корпус 6 | |
| Аудитория № 6213 для проведения занятий лекционного типа | комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук; – проектор; – экран |
| Аудитория № 6213 для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации | комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук, – проектор; – экран |
| Помещения для самостоятельной работы обучающихся | Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся |
| читальный зал библиотеки: | – компьютерная техника, подключенная к сети «Интернет» |

Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины при обучении с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

| Необходимое оборудование | Параметры | Технические требования |
|--|---------------------------------|--|
| Персональный компьютер/ноутбук/планшет, камера, микрофон, динамики, доступ в сеть Интернет | Веб-браузер | Версия программного обеспечения не ниже: Chrome 72, Opera 59, Firefox 66, Edge 79, Яндекс.Браузер 19.3 |
| | Операционная система | Версия программного обеспечения не ниже: Windows 7, macOS 10.12 «Sierra», Linux |
| | Веб-камера | 640x480, 15 кадров/с |
| | Микрофон | любой |
| | Динамики (колонки или наушники) | любые |
| | Сеть (интернет) | Постоянная скорость не менее 192 кБит/с |

Технологическое обеспечение реализации дисциплины осуществляется с использованием элементов электронной информационно-образовательной среды университета.

10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

| № п/п | Автор(ы) | Наименование издания | Вид издания (учебник, УП, МП и др.) | Издательство | Год издания | Адрес сайта ЭБС или электронного ресурса (заполняется для изданий в электронном виде) | Количество экземпляров в библиотеке Университета |
|--|------------------|--|-------------------------------------|--------------------|-------------|---|--|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 9.1 Основная литература, в том числе электронные издания | | | | | | | |
| 1 | Вемь А. | Имидж — путь к успеху | | Питер | 2010 | https://znanium.com/catalog/document?id=386031 | |
| 2 | Шарков Ф.И. | Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы | учебное пособие | Дашков и К | 2020 | https://znanium.com/catalog/document?id=358568 | |
| 3 | Чумиков А.Н. | Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд | учебное пособие | Аспект Пресс | 2016 | https://znanium.com/catalog/document?id=343705 | |
| 4 | Семенова Л. М. | Имиджмейкинг | учебник и практикум | Издательство Юрайт | 2022 | https://urait.ru/book/imidzhmeyking-495294 | |
| 9.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания | | | | | | | |
| 1 | Воронцова М.В. | Технология формирования имиджа, PR и рекламы в социальной работе | учебник и практикум | Издательство Юрайт | 2022 | https://urait.ru/book/tehnologiya-formirovaniya-imidzha-pr-i-reklamy-v-socialnoy-rabote-497436 | |
| 2 | Селентьева Д. О. | Политическая имиджеология | Учебное пособие | Издательство Юрайт | 2022 1 | https://urait.ru/book/politicheskaya-imidzhelogiya-490604 | |
| 9.3 Методические материалы (указания, рекомендации по освоению дисциплины авторов РГУ им. А. Н. Косыгина) | | | | | | | |

11. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

11.1. Ресурсы электронной библиотеки, информационно-справочные системы и профессиональные базы данных:

| № пп | Электронные учебные издания, электронные образовательные ресурсы |
|------|--|
| 1. | ЭБС «Лань» http://www.e.lanbook.com/ |
| 2. | «Znanium.com» научно-издательского центра «Инфра-М» http://znanium.com/ |
| 3. | Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znanium.com» http://znanium.com/ |
| 4. | ЭБС ЮРАЙТ» www.biblio-online.ru |
| 5. | ООО «ИВИС» http://dlib.eastview.com/ . |
| | Профессиональные базы данных, информационные справочные системы |
| . | Web of Science http://webofknowledge.com/ |
| . | Scopus http://www.Scopus.com/ |
| . | Elsevier «Freedom collection» Science Direct https://www.sciencedirect.com/ |
| . | «SpringerNature» http://www.springernature.com/gp/librarians Платформа Springer Link: https://rd.springer.com/ Платформа Nature: https://www.nature.com/ База данных Springer Materials: http://materials.springer.com/ База данных Springer Protocols: http://www.springerprotocols.com/ База данных zbMath: https://zbmath.org/ База данных Nano: http://nano.nature.com/ |

11.2. Перечень программного обеспечения

| №п/п | Программное обеспечение | Реквизиты подтверждающего документа/ Свободно распространяемое |
|------|---|--|
| 1. | Windows 10 Pro, MS Office 2019 | контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019 |
| 2. | PrototypingSketchUp: 3D modeling for everyone | контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019 |
| 3. | V-Ray для 3Ds Max | контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019 |

**ЛИСТ УЧЕТА ОБНОВЛЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ
ДИСЦИПЛИНЫ**

В рабочую программу учебной дисциплины внесены изменения/обновления и утверждены на заседании кафедры:

| № пп | год обновления РПД | характер изменений/обновлений с указанием раздела | номер протокола и дата заседания кафедры |
|-------------|-----------------------------------|--|---|
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |