|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 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 № 1 от 26.08.2021 г. | | | |
| Разработчик рабочей программы учебной дисциплины: | | | |
|  | Доцент | С.П. Усик | |
| Заведующий кафедрой: | | Е.Г. Карпова C:\Users\CalibMcFly\AppData\Local\Microsoft\Windows\INetCache\Content.Word\3cb5a4d1-f691-4c30-8dd8-452550d4df98.jpg |

# ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

* + - 1. Учебная дисциплина «Формирование имиджа коммерческой организации» изучается на пятом курсе.
      2. Курсовая работа – не предусмотрена.

## Форма промежуточной аттестации:

экзамен

* + - 1. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП
      2. Учебная дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.
      3. 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
      1. 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
      1. преддипломной практики и выполнении выпускной квалификационной работы.

# ЦЕЛИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

* + - 1. 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.
      1. 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.

## 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** |
| --- | --- | --- |
| УК-3  Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | ИД-УК-3.1  Определение своей роли в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели | 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 |
| ИД-УК-3.3  Анализ возможных последствий личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и построение продуктивного взаимодействия с учетом этого |
| ПК-5  Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта | ИД-ПК-5.3  Создание сценариев событий и мероприятий для кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью, транслирующих миссию и философию организации целевым группам общественности | 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 |
| ИД-ПК-5.4  Разработка текстов и информационных поводов для создания персонального имиджа |

# СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

* + - 1. Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

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

## 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 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| зимняя сессия | экзамен |  | 8 | 8 |  |  |  | 56 |  |
| летняя сессия |  |  |  |  |  |  |  | 27 | 9 |
| Всего: |  | 108 | 8 | 8 |  |  |  | 83 | 9 |

## 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-3:  ИД-УК-3.1  ИД-УК-3.3 | **Раздел I. Имидж как социокультурный феномен** | 4 | 4 |  |  | 40 | Формы текущего контроля  по разделу I:  Собеседование  Реферат |
| Тема 1.1. Понятие имиджа, его виды и процесс формирования | 1 |  |  |  |  |
| Тема 1.2. Корпоративный имидж и его составляющие | 1 |  |  |  |  |
| Тема 1.3. Аудитория имиджа фирмы | 1 |  |  |  |  |
| 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 |  |  | 10 |
| Практическое занятие № 1.4  Модели имиджа организации |  | 1 |  |  | 10 |
| ПК-5:  ИД-ПК-5.3  ИД-ПК-5.4 | **Раздел II. Оценка имиджа организации** | 4 | 4 |  |  | 43 | Формы текущего контроля  по разделу II:  Практическое задание  Тестирование |
| Тема 2.1. Психологические рекомендации по формированию положительного имиджа | 1 |  |  |  |  |
| Тема 2.2. Методы оценки имиджа фирмы | 1 |  |  |  |  |
| Тема 2.3. Результаты оценки имиджа коммерческой организации | 2 |  |  |  |  |
| 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  Результаты оценки имиджа коммерческой организации |  | 2 |  |  | 13 |
|  | Экзамен |  |  |  |  | 9 | экзамен по билетам |
|  | **ИТОГО за пятый курс** | 8 | 8 |  |  | 83 |  |
|  | **ИТОГО за весь период** | **8** | **8** |  |  | **92** |  |

## 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 имиджелогии. Функции корпоративного имиджа. История имиджа и науки имиджелогии. 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. |

## 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 экзаменом;

индивидуальные консультации по организации самостоятельного изучения отдельных разделов/тем, базовых понятий учебной дисциплины.

## 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 |

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

## 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-3:  ИД-УК-3.1  ИД-УК-3.3 |  | ПК-5:  ИД-ПК-5.3  ИД-ПК-5.4 |
| 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  Определяет роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, но допускает ошибки  Анализирует, но не всесторонне, 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 без учета специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта  Не может создать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью в оффлайн и онлайн среде |
| базовый |  | удовлетворительно | Осуществляет социальное взаимодействие и реализует свою роль в команде  Не определяет роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели  Не анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и построение продуктивного взаимодействия с учетом этого |  | Осуществляет авторскую деятельность без учета специфики разных СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта  Создает тексты рекламы и (или) связей с общественностью без учета специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта  Не может создать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью в оффлайн и онлайн среде |
| низкий |  | неудовлетворительно | Обучающийся:  Демонстрирует фрагментарные знания теоретического и практического материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации  Испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами  Выполняет задания только по образцу и под руководством преподавателя  Ответ отражает отсутствие знаний на базовом уровне теоретического и практического материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы | | |

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

* + - 1. 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.

## Формы текущего контроля успеваемости, примеры типовых заданий:

| **№ пп** | **Формы текущего контроля** | * + - 1. **Примеры типовых заданий** |
| --- | --- | --- |
| 1 | Собеседование по разделу/теме «Имидж как социокультурный феномен» | 1. Формирование представлений об имидже в культуре второй половины ХХ 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» | 1. Формирование представлений об имидже в культуре второй половины ХХ 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.  6. Структура имиджа. Структурный подход к формированию имиджа.  7. Типология имиджей.  8. Функции имиджа организации.  9. Генезис деятельности по формированию имиджа. Анализ имиджа социально-исторического типа (фараон, свободный гражданин, монах, рыцарь, буржуа и т.п.).  10. Профессиональные требования к имиджу (для конкретной профессии). |
| 3 | Практическое задание по разделу/теме «Оценка имиджа организации» | **Задание 1.** Используя материалы лекции и дополнительных литературных источников, разработайте слоганы, выражающие миссию компании, для предложенных вариантов коммерческих организаций:  Вариант 1 Розничная торговая организация, реализующая парфюмерно-косметическую продукцию.  Вариант 2 Банкетный зал (свадьбы, юбилеи, вечеринки).  Вариант 3 Парикмахерская.  Вариант 4 Производственное предприятие, специализирующееся на производстве мебели.  Вариант 5 Книжный магазин.  Вариант 6 Фитнес-клуб.  **Задание 2.** Примеры использования различных символов в фирменных эмблемах и несколько примеров использования различных технологий при выборе названия коммерческой организации (не менее трех).  **Задание 3.** Приведите примеры использования различных инструментов и методов конструирования образа коммерческих организаций в рекламе различных товаров и фирм. Результаты заполните в таблице.  **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 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. |
| 4 | Тест по разделу/теме «Оценка имиджа организации» | 1. Группа людей, в психике которых сформировался или формируется оцениваемый ими образ объекта (товара, организации), это … имиджа.  2. Определите соответствие между группами корпоративной аудитории и их представителями:   |  |  | | --- | --- | | 1. Нормативные;  2. Функциональные;  3. Диффузные;  4. Группы потребителей. | Б) местная общественность;  В) правительственные учреждения;  Г) компания друзей;  Д) сегменты покупателей по возрасту. |   3. Региональные и местные органы власти относятся к группе корпоративной аудитории:  a) нормативные;  b) функциональные;  c) диффузные;  d) группы потребителей.  4. Соответствие между имиджеобразующими параметрами фирмы и приоритетными целевыми группами:   |  |  | | --- | --- | | 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. |   5. Для выявления целевой аудитории имиджа фирмы не применяют:  a) личные опросы;  b) промышленный шпионаж;  c) телефонные беседы;  d) опросы по почте или в Интернете. |

## 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 | |
| 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 ошибки, ноль — за полностью неверный ответ.  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.  Также устанавливается диапазон баллов, которые необходимо набрать для того, чтобы получить отличную, хорошую, удовлетворительную или неудовлетворительную оценки.  Рекомендуемое процентное соотношение баллов и оценок по пятибалльной системе.  «2» - равно или менее 40%  «3» - 41% - 64%  «4» - 65% - 84%  «5» - 85% - 100% |  | 5 | 85% - 100% |
|  | 4 | 65% - 84% |
|  | 3 | 41% - 64% |
|  | 2 | 40% и менее 40% |
| 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 | |
| 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 | |

## Промежуточная аттестация:

|  |  |
| --- | --- |
| **Форма промежуточной аттестации** | **Типовые контрольные задания и иные материалы**  **для проведения промежуточной аттестации:** |
| Экзамен:  в устной форме по билетам | 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. |

## Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины:

| **Форма промежуточной аттестации** | **Критерии оценивания** | **Шкалы оценивания** | |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование оценочного средства** | **100-балльная система** | **Пятибалльная система** |
| Экзамен:  в устной форме по билетам | Обучающийся:   * 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.   Ответ не содержит фактических ошибок и характеризуется глубиной, полнотой, уверенностью суждений, иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики. |  | 5 |
| Обучающийся:   * 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.   В ответе раскрыто, в основном, содержание билета, имеются неточности при ответе на дополнительные вопросы. |  | 4 |
| Обучающийся:   * показывает знания фрагментарного характера, которые отличаются поверхностностью и малой содержательностью, допускает фактические грубые ошибки; * не может обосновать закономерности и принципы, объяснить факты, нарушена логика изложения, отсутствует осмысленность представляемого материала, представления о межпредметных связях слабые.   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. |  | 3 |
| У обучающегося обнаруживают существенные пробелы в знаниях основного учебного материала.  На большую часть дополнительных вопросов по содержанию экзамена затрудняется дать ответ или не дает верных ответов. |  | 2 |

## 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  экзамен |  | отлично  хорошо  удовлетворительно  неудовлетворительно |
| **Итого за семестр**  экзамен |  | отлично  хорошо  удовлетворительно  неудовлетворительно |

* + - 1. 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 |

# ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

* + - 1. 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.

# ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

* + - 1. Практическая подготовка в рамках учебной дисциплины реализуется при проведении практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.
      2. Проводятся отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, которая необходима для последующего выполнения курсовой работы.

# ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

* + - 1. При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидовиспользуются 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.
      2. При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса лицам с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения.
      3. Учебные и контрольно-измерительные материалы представляются в формах, доступных для изучения студентами с особыми образовательными потребностями с учетом нозологических групп инвалидов:
      4. Для подготовки к ответу на практическом занятии, студентам с ограниченными возможностями здоровья среднее время увеличивается по сравнению со средним временем подготовки обычного студента.
      5. 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.).
      6. 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.
      7. 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.

# МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

* + - 1. Характеристика материально-технического обеспечения дисциплины составляется в соответствии с требованиями ФГОС ВО.
      2. 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» |

* + - 1. 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 | 640х480, 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.

# 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 | [Вемъ А.](https://znanium.com/catalog/authors/books?ref=8a3dee28-b474-11e4-97e0-90b11c31de4c) | 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](https://znanium.com/catalog/publishers/books?ref=39fb2917-3407-11e4-b05e-00237dd2fde2) | | 2020 | https://znanium.com/catalog/document?id=358568 |  |
| 3 | Чумиков А.Н. | Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд | учебное пособие | [Аспект Пресс](https://znanium.com/catalog/publishers/books?ref=544e8096-3425-11e4-b05e-00237dd2fde2) | | 2016 | https://znanium.com/catalog/document?id=343705 |  |
| 4 | [Семенова Л. М.](https://urait.ru/author/semenova-lidiya-mihaylovna-2) | [Имиджмейкинг](https://urait.ru/book/imidzhmeyking-495294) | 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 | 20221 | https://urait.ru/book/politicheskaya-imidzhelogiya-490604 |  |
| **9.3 Методические материалы (указания, рекомендации по освоению дисциплины авторов РГУ им. А. Н. Косыгина)** | | | | | | | | |

# ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

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

|  |  |
| --- | --- |
| **№ пп** | **Электронные учебные издания, электронные образовательные ресурсы** |
|  | ЭБС «Лань» <http://www.e.lanbook.com/> |
|  | «Znanium.com» научно-издательского центра «Инфра-М»  <http://znanium.com/> |
|  | Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znanium.com» <http://znanium.com/> |
|  | ЭБС ЮРАЙТ» [www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru) |
|  | 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/ |

## Перечень программного обеспечения

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№п/п** | **Программное обеспечение** | **Реквизиты подтверждающего документа/ Свободно распространяемое** |
|  | Windows 10 Pro, MS Office 2019 | контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019 |
|  | PrototypingSketchUp: 3D modeling for everyone | контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019 |
|  | 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** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |