

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 25.06.2024 16:05:45
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

Имиджелогия, теория и технология образа

Уровень образования	бакалавриат
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года
Форма(-ы) обучения	очная/заочная

Рабочая программа учебной дисциплины «Имиджелогия, теория и технология образа» основной профессиональной образовательной программы высшего образования, рассмотрены и одобрены на заседании кафедры, протокол № 8 от 25.03.2024 г.

Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:

1. Старший преподаватель С.Ю. Живенкова

Заведующий кафедрой: Е.В.Мореева

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Учебная дисциплина «Имиджелогия, теория и технология образа» изучается на первом курсе.

Курсовая работа – не предусмотрена.

1.1. Форма промежуточной аттестации:

экзамен

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:

- Основы профессионального развития
- Информационные и коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
- Культурологические основы рекламы и связей с общественности

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

- Креативные технологии рекламы и PR
- Организация и проведение PR-кампаний
- Социология рекламы и PR в коммерческой сфере
- Брендинг в коммерческой сфере
- Менеджмент в рекламе и связях с общественностью
- Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
- Производственная практика. Профессионально-творческая практика

Результаты освоения учебной дисциплины в дальнейшем будут использованы при прохождении производственной практики, преддипломной практики и выполнении выпускной квалификационной работы.

2. ЦЕЛИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Целями освоения дисциплины «Имиджелогия, теория и технология образа» являются:

- изучение понятийно-категориального аппарата имиджелогии, представление ее межпредметных связей
- обоснование культурно-исторической динамики значения имиджа для социальных субъектов разного уровня;
- обозначение существующих классификаций имиджа;
- раскрытие универсального алгоритма формирования эффективного имиджа;
- рассмотрение роли самопознания и саморазвития в конструировании персонального имиджа;
- изучение прикладных, технологических аспектов конструирования и деконструкции имиджей с помощью целевых PR-кампаний;
- анализ роли СМИ, рекламы и PR как инструмента формирования внешнего имиджа социальных объектов;
- Анализ возможностей имиджелогии и имиджмейкинга в коммерческой и социальной сфере.

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-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>	<p>ИД-УК-6.2 Определение приоритетов собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста. Построение профессиональной карьеры и определение стратегии профессионального развития;</p>	<p>Умение грамотно управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни. Возможность рационально определять приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста. Построение профессиональной карьеры и определение стратегии профессионального развития. Анализирование требований рынка труда и предложений образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста. Определение задач саморазвития и профессионального роста, возможность распределять их сроки и обосновывать актуальность и определять необходимые ресурсы для их выполнения.</p>
	<p>ИД-УК-6.3 Оценка требований рынка труда и предложений образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста;</p>	
	<p>ИД-УК-6.4 Определение задач саморазвития и профессионального роста, распределит их на долго-, средне- и краткосрочные с обоснованием актуальности и определением необходимых ресурсов для их выполнения;</p>	
<p>ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>	<p>ИД-ОПК-4.3 Учет основных характеристик целевой аудитории при создании текстов рекламы и (или) связей с общественностью</p>	<p>Умение отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности. Навыки учета основных характеристик целевой аудитории при создании текстов рекламы и (или) связей с общественностью</p>
<p>ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона,</p>	<p>ИД-ОПК-5.2 Осуществление профессиональных действий в сфере рекламы и (или) связей с общественностью с учетом специфики</p>	<p>Навыки профессиональных действий в сфере рекламы и (или) связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Способность учитывать тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
	ИД-ОПК-5.3 Применение интегрированного подхода при формировании коммуникации с использованием современных медиаканалов и медианосителей	

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очной форме обучения –	5	з.е.	160	час.
по заочной форме обучения –	5	з.е.	160	час.

3.1. Структура учебной дисциплины для обучающихся по видам занятий (очная 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
1 курс 1 семестр	к экзамен	160	16	34				78	32
Всего:		160	16	34				78	32

3.2. 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
1 курс 2 семестр			6	6				140	
	экзамен								8
Всего:		160	6	6				140	8

3.3. Структура учебной дисциплины для обучающихся по разделам и темам дисциплины: (очная 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		
Первый семестр							
УК-6: ИД-УК-6.2 ИД-УК-6.3 ИД-УК-6.4 ОПК-4: ИД-ОПК-4.2	Раздел I. Имидж как социокультурный феномен	8	17			38	Формы текущего контроля по разделу I: Контрольные работы Тестирование письменное Рефераты Доклады Творческие задания
	Тема 1.1 Имидж, образ, репутация, имиджирование.	1					
	Тема 1.2 Персональный имиджмейкинг	2					
	Тема 1.3 Конструирование имиджа товара и услуг.	2					
	Тема 1.4 Корпоративный имидж как объект управления.	2					
	Тема 1.5 Территориальный имидж как объект управления.	1					
	Практическое занятие № 1.1 Имидж, образ, репутация, имиджирование		3			7	
	Практическое занятие № 1.2 Персональный имиджмейкинг		4			7	
	Практическое занятие № 1.3 Конструирование имиджа товара и услуг		3			7	
	Практическое занятие № 1.4 Корпоративный имидж как объект управления.		3			7	
	Практическое занятие № 1.5 Территориальный имидж как объект управления.		4			10	
	ОПК-5: ИД-ОПК-5.2 ИД-ОПК-5.3	Раздел II. Имидж-технологии	8	17			
Тема 2.1 Технологии создания индивидуального имиджа		2					
Тема 2.2 Маркетинговые коммуникации в продвижении товаров и		2					

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		
	услуг, а также организаций.						
	Тема 2.3 Событийный маркетинг организаций и территорий	2					
	Тема 2.4 Технологии брендинга территорий	2					
	Практическое занятие № 2.1 Технологии создания индивидуального имиджа		5			10	
	Практическое занятие № 2.2 Маркетинговые коммуникации в продвижении товаров и услуг, а также организаций.		4			10	
	Практическое занятие № 2.3 Событийный маркетинг организаций и территорий		4			10	
	Практическое занятие № 2.4 Технологии брендинга территорий		4			10	
	Экзамен						экзамен по билетам
	ИТОГО за первый семестр	16	34			78	
	ИТОГО за весь период	16	34			78	

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

Планируемые (контролируемые)	Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы		С а м	Виды и формы контрольных
		Контактная работа			

результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы/индивидуальные занятия, час	Практическая подготовка, час		мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости
1 курс 2 семестр							
УК-6: ИД-УК-6.2 ИД-УК-6.3 ИД-УК-6.4 ОПК-4: ИД-ОПК-4.2	Раздел I. Имидж как социокультурный феномен	3	3			70	Формы текущего контроля по разделу I: Контрольные работы Тестирование письменное Рефераты Доклады Творческие задания
	Тема 1.1 Имидж, образ, репутация, имиджирование.	0,5					
	Тема 1.2 Персональный имиджмейкинг	0,5					
	Тема 1.3 Конструирование имиджа товара и услуг.	0,5					
	Тема 1.4 Корпоративный имидж как объект управления.	0,5					
	Тема 1.5 Территориальный имидж как объект управления.	1					
	Практическое занятие № 1.1 Имидж, образ, репутация, имиджирование		0,5			15	
	Практическое занятие № 1.2 Персональный имиджмейкинг		0,5			15	
	Практическое занятие № 1.3 Конструирование имиджа товара и услуг		1			10	
	Практическое занятие № 1.4 Корпоративный имидж как объект управления.		0,5			15	
	Практическое занятие № 1.5 Территориальный имидж как объект управления.		0,5			15	
	ПК-5: ИД-ОПК-5.2 ИД-ОПК-5.3	Раздел II. Имидж-технологии	3	3			
Тема 2.1 Технологии создания индивидуального имиджа		1					
Тема 2.2 Маркетинговые коммуникации в продвижении товаров и услуг, а также организаций.		1					

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		
	Тема 2.3 Событийный маркетинг организаций и территорий	0,5					
	Тема 2.4 Технологии брендинга территорий	0,5					
	Практическое занятие № 2.1 Технологии создания индивидуального имиджа		0,5			20	
	Практическое занятие № 2.2 Маркетинговые коммуникации в продвижении товаров и услуг, а также организаций.		1			15	
	Практическое занятие № 2.3 Событийный маркетинг организаций и территорий		1			15	
	Практическое занятие № 2.4 Технологии брендинга территорий		0,5			20	
	ИТОГО за летнюю сессию					140	
	Экзамен						экзамен по билетам
	ИТОГО за третий семестр	6	6				
	ИТОГО за весь период	6	6			140	

3.5. Краткое содержание учебной дисциплины

№ пп	Наименование раздела и темы дисциплины	Содержание раздела (темы)
Раздел I	Имидж как социокультурный феномен	
Тема 1.1	Имидж, образ, репутация, имиджирование.	Имидж, образ, репутация-подходы к пониманию сущности. Исторические условия актуализации имиджа. Место имиджелогии среди других наук. Классификация и функции имиджа. Вербальный имидж. Кенетический имидж.
Тема 1.2	Персональный имиджмейкинг	Имидж личности. Роль телесности в персональном имидже. Харизма. Пассионарность.Стиль. Профессия имиджмейкер. Мода как средство выражения стиля. Гендерные отличия современного делового стиля. Самоанализ, как инструмент создания личного имиджа. Имидж медийного человека. Самопрезентация. Навыки выступления на публике как технология личного имиджа. Политический имидж.
Тема 1.3	Конструирование имиджа товара и услуг.	Выбор товара или услуги как стиля жизни. Факторы, определяющие имидж товара и услуги. Хронотоп имиджа и средства его конструирования. Функции имиджа товара и услуг. Премиальный имидж. Целевая аудитория. Мода как зависимое поведение потребителя. Стратегии конструирования имиджа.
Тема 1.4	Корпоративный имидж как объект управления.	Структура корпоративного имиджа. Значение корпоративной культуры для имиджа организации. Концептуальные модели корпоративного имиджа Корпоративная репутация в системе имиджирования Корпоративная философия Миссия, ценности, принципы, стратегии организации. Внешний и внутренний имидж организации Сохранение и защита позитивного имиджа Имиджевая общественная деятельность. Роль бренда в формировании корпоративного имиджа
Тема 1.5	Территориальный имидж как объект управления.	Регионы в глобальном мире. Современный регион как объект управления и субъект коммуникации. Имидж, бренд и репутация региона. Имидж территории, основные теоретические подходы. Структурные модели имиджа государства. Политический и культурный имидж России. Этапы и факторы формирования регионального имиджа. Территориальный имиджмейкинг Инструменты и технологии территориального имиджмейкинга Имидж региона для внешних групп общественности — туристов и инвесторов Формирование имиджа региона в новой

		коммуникационной среде. Имидж современного российского мегаполиса.
Раздел II	<i>Имидж-технологии</i>	
Тема 2.1	Технологии создания индивидуального имиджа	Инструментарий имиджелогии. Самопрезентация как инструмент создания личного имиджа. Техники речевой самопрезентации. Я и мой голос Я и мое тело. Мои эмоции и самообладание. Внешность, деловой костюм и аксессуары в создании личного имиджа. Имиджбилдинг. Человек-бренд. Имиджмейкер как профессия. Имидж профессионала. Технологии создания политического имиджа.
Тема 2.2	Маркетинговые коммуникации в продвижении товаров и услуг, а также организаций.	Маркетинговые коммуникации. Реклама. PR. Корпоративный фирменный стиль. Нейминг. Бренддинг. Выставочные и ярмарочные мероприятия. Благотворительные мероприятия. Интернет-маркетинг. Измерение корпоративной репутации.
Тема 2.3	Событийный маркетинг организаций и территорий	Средства и способы формирования внешнего имиджа организации. Средства и способы формирования внутреннего имиджа организации. Имиджевая рекламная компания. Event - маркетинг, его цели и задачи, виды и правила организации. Corporate-маркетинг. Технологии trade, special - events.
Тема 2.4	Технологии бренда территорий	Имидж-маркетинг территорий. Геобренддинг. Медиа-имидж территорий. Сильный бренд города. Принципы управления территориальным брендингом. Этапы и факторы формирования регионального имиджа. Периодизация технологических подходов к формированию имиджа. Digital PR территории. Аудит имиджевых коммуникаций региона в Интернете.

3.6. 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;
- выполнение курсовых работ;
- 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 по курсовой работе;
- проведение консультаций перед экзаменом;
- проведение ежемесячных мастер-классов практиками медиарынка;
- индивидуальные консультации по организации самостоятельного изучения отдельных разделов/тем, базовых понятий учебной дисциплины.

3.7. 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		в соответствии с расписанием учебных занятий
	практические занятия		

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	
			универсальной(-ых) компетенций(-й)	Общепрофессиональной (ых) и профессиональной(-ых) компетенции(-й)
			УК-6: ИД-УК-6.2 ИД-УК-6.3 ИД-УК-6.4	ОПК-4 ИД-ОПК-4.3 ОПК-5 ИД-ОПК-5.2 ОПК-5.3 ИД-ОПК-5.3
высокий		отлично	Грамотно распределяет время, выстраивает и реализовывает траекторию своего саморазвития на основе принципов образования в течение учебной деятельности и всей жизни. Рационально определяет приоритеты собственной учебной и профессиональной деятельности, личностного развития. Видит траекторию и выстраивает профессиональную карьеру, определяет стратегии профессионального развития. Анализирует требования рынка труда и предложения образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста. Определяет задачи саморазвития и профессионального роста, пытается распределять их сроки и обосновывать актуальность и определять необходимые ресурсы для их выполнения.	Умение самостоятельно отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности. Имеет навыки учета основных характеристик целевой аудитории при создании текстов рекламы и (или) связей с общественностью. Пользуется ими безошибочно. Обладает великолепными навыками профессиональных действий в сфере рекламы и (или) связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы. Владеет знаниями о тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и

				экономических механизмов их функционирования, правовых и и этических норм регулирования.
повышенный		хорошо	<p>Распределяет время, выстраивает и реализовывает траекторию своего саморазвития на основе принципов образования в течение учебной деятельности и всей жизни. Определяет приоритеты собственной учебной и профессиональной деятельности, личностного развития. Пытается видеть траекторию и выстраивает профессиональную карьеру и определять стратегии профессионального развития.</p> <p>Делает попытки анализировать требования рынка труда и предложения образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста. Определяет задачи саморазвития и профессионального роста, но не пытается распределять их сроки и обосновывать актуальность и определять необходимые ресурсы для их выполнения.</p>	<p>Имеет навыки учета основных характеристик целевой аудитории при создании текстов рекламы и (или) связей с общественностью. Пользуется ими безошибочно.</p> <p>Обладает навыками профессиональных действий в сфере рекламы и (или) связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.</p> <p>Владеет знаниями о тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и и этических норм регулирования.</p>
базовый		удовлетворительно	<p>С трудом распределяет время, выстраивает и реализовывает траекторию своего саморазвития на основе принципов образования в течение учебной деятельности и всей жизни. Не определяет приоритеты собственной учебной и профессиональной деятельности, личностного развития. Пытается видеть траекторию и выстраивает профессиональную карьеру и определять стратегии профессионального развития.</p> <p>Не делает попытки анализировать требования рынка труда и предложения образовательных услуг для выстраивания траектории</p>	<p>Применяет навыки профессиональных действий в сфере рекламы и (или) связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.</p> <p>Владеет определенными знаниями о тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и и этических</p>

			собственного профессионального роста. Не пытается определять задачи саморазвития и профессионального роста, не пытается распределять их сроки и обосновывать актуальность и определять необходимые ресурсы для их выполнения.	норм регулирования.
низкий		неудовлетворительно	Обучающийся: Не делает попытки распределять собственное время и анализировать задачи саморазвития. 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 Не способен анализировать, путается в классификациях имиджа Не владеет принципами планирования и организации имидж-кампаний. 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	

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 «Имиджелогия, теория и технология образа» 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	Имидж, образ, репутация, имиджирование.	Контрольные работы: Рецензии на художественные фильмы Тестирование письменное: 1. Дайте определение понятию «имидж». 2. Выберите верный вариант ответа: в русском языке слово «образ» означает: а) вид, облик; б) представление о ком-нибудь, о чем-нибудь;

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
		<p>в) в литературе: обобщённое художественное отражение действительности; г) тип, характер; д) порядок, способ; е) все ответы верны; ж) все ответы не верны. 3. Дайте определение понятию «общественное мнение». Рефераты: Социально-практическое значение имиджологии</p>
2	Персональный имиджмейкинг	<p>Контрольные работы: Рецензии на художественные фильмы Доклады: Факторы и критерии создания успешного бренда личности. Реферат: Роль саморефлексии и самовоспитания в создании персонального имиджа Творческие задания: Передача информации в невербальном общении Разработать презентацию и подготовить выступление на тему «Стиль/образ мужской и женской одежды в эпоху...» Динамика политического имиджа одного из мировых политиков (по выбору) политиков</p>
3	Конструирование имиджа товара и услуг.	<p>Доклады: Хронотоп и его роль в создании имиджа товара и услуги Реферат: Современные смыслы понятия бренд Творческие задания: Представить одно из человеческих чувств в качестве товара или услуги.</p>
4	Корпоративный имидж как объект управления.	<p>Контрольные работы: Имидж бренда (описание бренда по выбору) Рецензии на художественные фильмы Доклады: Корпоративная индивидуальность (на примере любой организации) Реферат: Международные жесты Творческие задания: Имидж модного дома</p>
5	Территориальный имидж как объект управления.	<p>Контрольные работы: Региональный бренд (описание событий родного города) Рецензии на художественные фильмы Доклады: Имидж Российской Армии Реферат: Трансформация имиджа России Творческие задания: Имидж моей малой Родины</p>
6	Технологии создания индивидуального имиджа	<p>Контрольные работы: Рецензии на художественные фильмы Доклады: Соотношения имиджмейкинга и в разработке и поддержания имиджа</p>

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
		Реферат: Имидж политика в СМИ
7	Маркетинговые коммуникации в продвижении товаров и услуг, а также организаций.	Контрольные работы: Рецензии на художественные фильмы Доклады: Манипулятивное воздействие, формирование имиджа и нормы морали Реферат: Закономерности создания имиджа (организации, товара, услуги)
8	Событийный маркетинг организаций и территорий	Творческое задание: Event-маркетинг в формировании и продвижении бренда города
9	Технологии бренда территорий	Темы докладов: Имидж современного российского мегаполиса Социокультурные составляющие имиджа территории

5.2. Критерии, шкалы оценивания текущего контроля успеваемости:

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания		
		100-балльная система	Пятибалльная система	
Тест	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</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>		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>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%</p> <p>«3» - 41% - 64%</p> <p>«4» - 65% - 84%</p> <p>«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.		
Доклад	Доклад 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
	Доклад 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
	Доклад выполнен не полностью. Допущены грубые ошибки.		2
	Доклад не подготовлен.		
Творческое задание	Обучающийся (член рабочей группы), в процессе решения творческого задания		5

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	продemonстрировал 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.		
	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
Контрольная работа	Обучающийся в процессе решения контрольной работы 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 правильно рассуждает и принимает обоснованные верные решения, однако, имеются незначительные неточности, представлен недостаточно полный выбор стратегий поведения/ методов/ инструментов (в части обоснования);		4
	Обучающийся слабо ориентируется в материале, в рассуждениях не демонстрирует логику ответа, плохо владеет профессиональной терминологией, не раскрывает суть проблемы и не предлагает конкретного ее решения.		3
	Обучающийся не справилась с заданием на уровне, достаточном для проставления		2

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	положительной оценки.		

5.3. Промежуточная аттестация:

Форма промежуточной аттестации	Типовые контрольные задания и иные материалы для проведения промежуточной аттестации:
Экзамен: в устной форме по билетам	<ol style="list-style-type: none"> 1. Понятия образ и имидж. 2. Место имиджологии среди общественных наук 3. Роль телесности в формировании имиджа личности 4. Значение имиджологии 5. Роль имиджологии в обществе 6. Предмет и суть философии имиджологии 7. Функции философии имиджологии 8. Имиджмейкинг как творчество 9. Имидж России 10. Имидж по Э.Сэмпсону 11. Харизма и харизматический имидж

5.4. Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины:

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
Экзамен:	Обучающийся:		5

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
в устной форме по билетам	<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>		
	<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 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 		3

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
	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.		
	Обучающийся, обнаруживает существенные пробелы в знаниях основного учебного материала. На большую часть дополнительных вопросов по содержанию экзамена затрудняется дать ответ или не дает верных ответов.		2

5.5. Примерные темы курсовой работы: не предусмотрена

5.6. Критерии, шкалы оценивания курсовой работы не предусмотрены

5.7. 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:		
- тест		2 – 5
- реферат		2 – 5
- доклад		2 – 5
- творческое задание		2 – 5
Промежуточная аттестация экзамен		отлично хорошо удовлетворительно неудовлетворительно
Итого за семестр экзамен		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 художественных фильмов 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 корпусб	
аудитории для проведения занятий лекционного типа	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук; – проектор; – экран
аудитории 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 изда ния	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	Семенова, Л. М.	Имиджмейкинг : учебник и практикум для вузов	Учебник	Москва : Издательство Юрайт	2022	https://urait.ru/bcode/495294	
2	Селентьева, Д. О.	Политическая имиджелогия : учебное пособие для вузов	Учебное пособие	Москва : Издательство Юрайт	202 2	https://urait.ru/bcode/490604	
3	А. А. Угрюмов а [и др.] ; под общей редакцией А. А. Угрюмов ой, М. В. Савельев ой, Е. В. Ерохиной .	Маркетинг территорий : учебник для вузов	Учебник	Москва : Издательство Юрайт	202 2	https://urait.ru/bcode/492874	
9.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания							
1	Синяева, И. М.	Реклама и связи с общественностью : учебник для вузов	Учебник	Москва : Издательство Юрайт	202 2	https://urait.ru/bcode/488737	
2	Ромат Е. В.	Реклама	Учебник	С-Пб.: Питер	2003		1
3	Беляева М.А., Самкова В.А.	Азы имиджелогии. Имидж личности, организации,	Учебное пособие	Москва, Екатеринбург: : Кабинетный ученый	2017		1

		территории					
9.3 Методические материалы (указания, рекомендации по освоению дисциплины авторов РГУ им. А. Н. Косыгина)							
1	Карпова Е.Г., Кашеев О.В., Усик С.П.	Реклама и связи с общественностью. Учебно- методическое пособие по подготовке и защите курсовых работ	Учебно- методическое пособие	М.: МГУДТ, 2022	2022	ИСИ	10

11. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

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

Ресурсы электронной библиотеки

- **ЭБС Znanium.com» научно-издательского центра «Инфра-М»** <http://znanium.com/> (учебники и учебные пособия, монографии, сборники научных трудов, научная периодика, профильные журналы, справочники, энциклопедии);
Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znanium.com» <http://znanium.com/> (электронные ресурсы: монографии, учебные пособия, учебно-методическими материалы, выпущенными в Университете за последние 10 лет);
- **ООО «ИВИС»** <https://dlib.eastview.com> (электронные версии периодических изданий ООО «ИВИС»);
- **Web of Science** <http://webofknowledge.com/> (обширная международная универсальная реферативная база данных);
- **Scopus** <https://www.scopus.com> (международная универсальная реферативная база данных, индексирующая более 21 тыс. наименований научно-технических, гуманитарных и медицинских журналов, материалов конференций примерно 5000 международных издательств);
- **«SpringerNature»** <http://www.springernature.com/gp/librarians> (международная издательская компания, специализирующаяся на издании академических журналов и книг по естественнонаучным направлениям);
- **Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU** <https://elibrary.ru> (крупнейший российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования);
- **ООО «Национальная электронная библиотека» (НЭБ)** <http://нэб.рф/> (объединенные фонды публичных библиотек России федерального, регионального, муниципального уровня, библиотек научных и образовательных учреждений);
- **«НЭИКОН»** <http://www.neicon.ru/> (доступ к современной зарубежной и отечественной научной периодической информации по гуманитарным и естественным наукам в электронной форме);
- **«Polpred.com Обзор СМИ»** <http://www.polpred.com> (статьи, интервью и др. информгентств и деловой прессы за 15 лет).

Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

- http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/databases/;
- <http://www.scopus.com/>;
- <http://elibrary.ru/defaultx.asp>;
- <http://www.garant.ru/>;
- <http://www.onestopenglish.com>
- <http://lessons.study.ru>
- <http://www.wikipedia.org>
- <http://www.idoceanline.com>
- <http://www.english.ru>
- <http://study-english.info>
- <http://oup.com/elt/result>

№ 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.	

Профессиональные базы данных, информационные справочные системы	
1.	
2.	
3.	

11.2. Перечень программного обеспечения

1. Microsoft® Windows® XP Professional Russian Upgrade/Software Assurance Pack Academic OPEN No Level, артикул E85-00638; № лицензия 18582213 от 30.12.2004 (бессрочная корпоративная академическая лицензия);
2. Microsoft® Office Professional Win 32 Russian License/Software Assurance Pack Academic OPEN No Level, артикул 269-05620; лицензия №18582213 от 30.12.2004;
3. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition, 250-499 Node 1 year Educational Renewal License лицензия №17EO-171228-092222-983-1666 от 28.12.2017;
4. Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level, артикул 79P-00039; лицензия №43021137 от 15.11.2007;
5. 1С: предприятие 8. Клиентская лицензия на 10 рабочих мест (программная защита). Правообладатель ООО «Бизнес и Технология», сублицензионный договор № 9770 от 22.06.2016.
6. Операционная система Linux. (свободно распространяемое программное обеспечение под Linux).
7. Microsoft Windows XP Professional Russian Upgrade, Software Assurance Pack Academic Open No Level, лицензия № 44892219 от 08.12.2008, справка Microsoft «Условия использования лицензии»;
8. Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic Open No Level, лицензия 49413779, справка Microsoft «Условия использования лицензии»;
9. Dr. Web Desktop Security Suite, Антивирус + Центр управления на 12 мес., артикул LBWAC-12M-200-B1, договор с АО «СофтЛайн Трейд» № 219/17-КС от 13.12 2017;
10. Adobe Photoshop Extended CS5 12.0 WIN AOO License RU (65049824), 12 лицензий, WIN S/N 1330- 1002-8305-1567-5657-4784, Mac S/N 1330-0007-3057-0518-2393-8504, от 09.12.2010, (копия лицензии).
11. Adobe Illustrator CS5 15.0 WIN AOO License RU (65061595), 17 лицензий, WIN S/N 1034-1008-8644-9963-7815-0526, MAC S/N 1034- 0000-0738-3015-4154-4614 от 09.12.2010, (копия лицензии);
12. Adobe Reader (свободно распространяемое).
13. Microsoft Windows Professional 7 Russian Upgrade Academic Open No Level, артикул FQC-02306, лицензия № 46255382 от 11.12.2009, (копия лицензии);
14. Microsoft Office Professional Plus 2010 Russian Academic Open No Level, лицензия 47122150 от 30.06.2010, справка Microsoft «Условия использования лицензии»;
15. Система автоматизации библиотек ИРБИС64, договора на оказание услуг по поставке программного обеспечения №1/28-10-13 от 22.11.2013г.; №1/21-03-14 от 31.03.2014г. (копии договоров);
16. Google Chrome (свободно распространяемое).

№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
4.		
5.		...

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