

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



УТВЕРЖДАЮ
Декан ФСТ

УТВЕРЖДАЮ /В.П. Шалаев/
(Ф.И.О. декана (директора института))

30.06.2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б.1.2.5 Имиджмейкерство в рекламе и связях с общественностью

(код и наименование дисциплины по учебному плану)

Направление подготовки
(специальность)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника

Бакалавр

(бакалавр/магистр/специалист)

Направленность

Реклама и связи с общественностью в государственных,
коммерческих и некоммерческих организациях

Курс 3, 4
Семестр 6, 7

Распределение учебного времени

Трудоемкость по учебному плану	180 / 5	часов/зачетных единиц
Лекции	4	часов
Лабораторные работы	-	часов
Практические занятия	6	часов
Иная контактная работа	-	часов
Всего контактной работы (без учета экз.)	10	часов
Контактная работа по экзамену	6	часов
Курсовой проект (работа)	-	семестр
Самостоятельная работа обучающихся (без учета экз.)	134	часов
Самостоятельная работа по подготовке к экзамену	30	часов
Экзамен	7	семестр
Зачет	-	семестр
БРК, ДЗ	-	семестр

(год)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО направления подготовки (специальности) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Программу составили:

старший преподаватель	СНиТ	СОГЛАСОВАНО	А.П. Хохлова
(должность)	(кафедра)		(И.О. Фамилия)

РАССМОТРЕНА и ОДОБРЕНА на заседании кафедры, за которой закреплена дисциплина
Кафедра социальных наук и технологий

		(наименование кафедры)	
02.02.2021	протокол №	5	
(дата)			

Заведующий кафедрой	СОГЛАСОВАНО	В.П. Шалаев
		(И.О. Фамилия)

Рабочая программа СОГЛАСОВАНА с факультетом (институтом), выпускающей(ими) кафедрой(ами).

СООТВЕТСТВУЕТ действующей ОП.

Заведующий кафедрой	СОГЛАСОВАНО	В.П. Шалаев
		(И.О. Фамилия)

Председатель методической комиссии факультета (института), в который входит выпускающая кафедра

СОГЛАСОВАНО	В.П. Комисар
	(И.О. Фамилия)

Эксперт(ы): Винокуров М.А., главный редактор газеты "Ваш новый день"

Рабочая программа проверена и зарегистрирована в УМЦ 01.07.2021 г.

Специалист учебно-методического центра СОГЛАСОВАНО /Т.А. Смирнова/

Раздел 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является достижение планируемых результатов обучения, соответствующих установленным в ОПОП индикаторам достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
1. ПК-4 Способен применять результаты исследований для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта	ПК-4.1. . Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	знания: Знает основные типы и алгоритмы проектов в области РК и СО умения: Умеет разрабатывать проекты в области создания образа в области РК и СО навыки: Имеет навыки грамотного проектирования прогнозирования и управления имиджем организации или личности
	ПК-4.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта	знания: Знает какие методы исследований необходимы для реализации рекламного проекта умения: Умеет правильно интерпретировать результаты исследований, и использовать их при планировании рекламных мероприятий навыки: Имеет навыки постановки целей и задач для проведения исследований в соответствии со спецификой работы

Раздел 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений ОПОП.

Дисциплина является обязательной

Для продолжения формирования заявленных компетенций необходимы знания предшествующих дисциплин: Теория и практика рекламы и связей с общественностью (ПК-4)

Изучаемая дисциплина является основой для продолжения формирования указанных компетенций в следующих дисциплинах: Медиапланирование в рекламе и связях с общественностью (ПК-4), Технологии создания, продвижения и продажи рекламного продукта (ПК-4); государственной итоговой аттестации в форме: Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ПК-4)

Раздел 3. ОПИСАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Для формирования заявленных компетенций используются методологические технологии, реализующие деятельностный, личностно-ориентированный, практико-ориентированный подходы.

Основными стратегическими технологиями являются: дискуссионные, лекционные занятия, практические занятия

На достижение конкретных целей обучения направлены применяемые тактические технологии: case-study, задания, классическая лекция, проблемная лекция

Раздел 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6 семестр

Виды и темы занятий	Количество часов	Формируемые компетенции
Имидж организации	36	ПК-4
Лекция. Имидж как наука	2	
Практическое занятие. Элементы имиджа	2	
Практическое занятие. Корпоративный имидж	2	
Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение КР		
Анализ элементов имиджа организации	30	
Иная контактная работа:	0	

7 семестр

Виды и темы занятий	Количество часов	Формируемые компетенции
Имидж личности	108	ПК-4
Лекция. Алгоритм создания имиджа	2	
Практическое занятие. Элементы имиджа личности	2	
Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение Анализ элементов имиджа личности		
	104	
Иная контактная работа:	0	
Подготовка к экзамену	30	
Проведение экзамена	6	

Раздел 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины Имиджмейкерство в рекламе и связях с общественностью рекомендуется начать с ознакомления с рабочей программой, ее структурой и содержанием разделов. Учебный материал структурирован, изучение дисциплины осуществляется в тематической последовательности.

Занятия лекционного типа дают систематизированные знания по дисциплине Имиджмейкерство в рекламе и связях с общественностью, концентрируют внимание на наиболее сложных и важных вопросах. Во время лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала; обращать внимание на формулировки и категории, раскрывающие суть проблемы, явления или процесса; зафиксировать выводы и практические рекомендации.

Подготовка к занятиям семинарского типа включает ознакомление с планом практического занятия; работу с конспектом лекций, выполнение домашнего задания, работу с учебной и учебно-методической литературой, научными изданиями и электронными образовательными ресурсами, рекомендованными рабочей программой дисциплины Имиджмейкерство в рекламе и связях с общественностью.

Содержание **самостоятельной работы** определяется рабочей программой дисциплины Имиджмейкерство в рекламе и связях с общественностью, оценочными и методическими материалами, заданиями и указаниями преподавателя. Самостоятельная работа может осуществляться в аудиторной и внеаудиторной формах. Эффективным средством осуществления самостоятельной работы является электронная информационно-образовательная среда университета, которая обеспечивает доступ к образовательной программе, рабочей программе дисциплины Имиджмейкерство в рекламе и связях с общественностью, к электронным библиотечным системам, профессиональным базам

данных и информационным справочным системам. Изучение дисциплины Имиджмейкерство в рекламе и связях с общественностью включает выполнение контрольной работы, практических заданий. Периодичность проведения, формы текущего контроля успеваемости, система оценивания хода освоения дисциплин представлены в рабочей программе. Формой промежуточной аттестации по дисциплине Имиджмейкерство в рекламе и связях с общественностью является экзамен.

Раздел 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Учебно-методическое обеспечение

№№ п/п	Список используемой литературы	Количество экземпляров печатных изданий, имеющихся в библиотеке, или электронный адрес издания (ресурса) в сети Интернет
УЧЕБНЫЕ, УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ И НАУЧНЫЕ ИЗДАНИЯ		
1.	Маслова, Е. Л. Психология и этика менеджмента [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров / Маслова Е. Л. Москва: Дашков и К, 2021. - 238 с. ISBN 978-5-394-04433-5.	https://e.lanbook.com/book/173984
2.	Патласов, О. Ю. Маркетинг персонала [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / Патласов О. Ю. Москва: Дашков и К, 2021. - 384 с. ISBN 978-5-394-04465-6.	https://e.lanbook.com/book/229433
3.	Шарков, Ф. И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы [Электронный ресурс] : учебное пособие / Шарков Ф. И. Москва: Дашков и К, 2020. - 270 с. ISBN 978-5-394-03640-8.	https://e.lanbook.com/book/229394

6.2. Материально-техническая база и программное обеспечение

№№ п/п	Аудитории для проведения учебных занятий, самостоятельной работы и проведения государственной итоговой аттестации	Перечень основного оборудования	Программное обеспечение
1.	333 (I)	Проектор мультимедийный Hitachi CP- RX93 (1), Телевизор LG 29M60 (1), Телевизор LG 72" CT-29 K35 VE (1), Экран настен. рулон. 200*200 см. Springroller Type D Medium (1), Экран настенный 200x200см (1), Комплект учебной мебели (1)	Microsoft Windows Enterprise, Справочная правовая система "Консультант Плюс", Microsoft Office Standard, Агент Dr.Web, Комплект ГАРАНТ-Мастер, Microsoft Access, Microsoft Visio Professional, Microsoft Project Professional, Microsoft Visual Studio Enterprise, Комплект ПО для решения основных

			пользовательских задач
2.	430 (I)	Телевизор Samsung 21 K3 (1), Экран на штативе 180*180см (1), Комплект учебной мебели (1)	Microsoft Windows Enterprise, Справочная правовая система "Консультант Плюс", Microsoft Office Standard, Агент Dr.Web, Комплект ГАРАНТ- Мастер, Microsoft Access, Microsoft Visio Professional, Microsoft Project Professional, Microsoft Visual Studio Enterprise, Комплект ПО для решения основных пользовательских задач
3.	521 (I)	Комплект учебной мебели (1)	Microsoft Windows Enterprise, Справочная правовая система "Консультант Плюс", Microsoft Office Standard, Агент Dr.Web, Комплект ГАРАНТ- Мастер, Microsoft Access, Microsoft Visio Professional, Microsoft Project Professional, Microsoft Visual Studio Enterprise, Комплект ПО для решения основных пользовательских задач

Раздел 7. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ/ ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Критерии оценивания индикаторов достижения компетенций направлены на:

- усвоение теоретического материала (объем знаний, глубина усвоения), предусмотренного рабочей программой;
- умение излагать материал (четкость, грамотность изложения материала, точность и полнота воспроизведения учебного материала);
- умение применять теоретические знания при решении практических заданий.

Шкала оценивания представлена ниже.

Уровень сформированности элементов компетенции	Критерии оценивания	Шкала оценивания
Пороговый уровень	Обучающийся имеет знания основного материала, проявляет умение логично его излагать, но может допускать неточности в изложении материала, недостаточно правильные формулировки, испытывает затруднения в выполнении практических заданий.	удовлетворительно
Продвинутый уровень	Обучающийся твердо знает программный материал, излагает его грамотно и по существу, не допускает	хорошо

	существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения	
Высокий уровень	Обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, грамотно и логически стройно его излагает, дает исчерпывающие ответы на поставленные вопросы. В ответе тесно увязывается теория с практикой, при этом обучающийся не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, показывает знакомство с монографической литературой, периодическими изданиями, правильно обосновывает принятые решения, свободно владеет разносторонними навыками, приемами выполнения практических работ	отлично

7.1. Промежуточная аттестация обучающихся

Промежуточная аттестация обучающихся направлена на оценивание результатов обучения по дисциплине (модулю) и проводится с использованием фондов оценочных средств.

Примеры типовых контрольных заданий из базы фонда оценочных средств по образовательной программе.

Примеры практических заданий:

1. Анализ составляющих известных политических лидеров.
2. Анализ составляющих ведущих мировых организаций.
3. Формирование имиджа личности, проекта и организации по заданным задачам и целям.
4. Формирование антикризисного имиджа организации (личности).
5. Практическая работа по выбору представленных в вариантах личностей для продвижения продукта или услуги.
6. Формулирование набора имиджевых характеристик под представленную целевую аудиторию.
7. Анализ стратегии замены индивидуального имиджа на примерах популярных личностей.
8. Подбор визуальной атрибутики для наполнения невербального канала.

Перечень вопросов для проведения промежуточной аттестации

Вопросы к экзамену.

1. Что такое имидж? Основные составляющие и их характеристики.
2. Что представляет собой механистический и деятельностный подход к коммуникации.
3. Имиджеология, объект и предмет имиджелогии.
4. Какие уровни имиджа существуют и их характеристики.

5. Виды имиджа.
6. Психолого-коммуникативные характеристики имиджа.
7. Прагматические коммуникации это?
8. Что такое когнитивная сфера имиджевой коммуникации. Что она в себя включает?
9. Влияние канала коммуникации на имидж
10. Периферические стимулы при формировании имиджа.
11. Имидж как миф, Имидж как сценарий.
12. Имиджевые характеристики. Что к ним относится?
13. Имиджевые характеристики человека?
14. Имиджевые характеристики проекта?
15. Технология формирования имиджа лидера.
16. "Лидер мнений" определение, составляющие и характеристики.
17. Стратегии формирования имиджа.
18. Управление имиджем.
19. Технологии имиджирования.
20. Корпоративные конфликты и имидж компании.
- 1.

ФГБОУ ВО "ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ"

ФАКУЛЬТЕТ СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №0

по дисциплине "Имиджмейкерство в рекламе и связях с общественностью"

1. Понятие и виды имиджа.
2. Назначение, возможности, сферы применения имиджевых технологий
3. Практическое задание: формирование антикризисного имиджа организации

" _____ "

