

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
(ВлГУ)

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по ОД

А.А.Панфилов

« 15 » 06 2018 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Психология имиджа
(наименование дисциплины)

Направление подготовки 37.03.01 – Психология

Профиль подготовки

Уровень высшего образования – академический бакалавриат

Форма обучения очная

Семестр	Трудоемкость зач. ед./час.	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежуточного контроля (экз./зачет)
4	3/108		36		72	Зачет
Итого	3/108		36		72	Зачет

Владимир 2018

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Психология имиджа – это научная дисциплина, изучающая пути, средства, технологии формирования и преобразования имеющегося имиджа человека. Психология имиджа имеет междисциплинарный характер и интегрирует знания таких наук, как психология, имиджелогия, организационная психология, психология социального поведения личности, психология коммуникаций, этика деловых отношений, кинетика и др. Приобретенные в процессе изучения курса знания и навыки в области самопрезентации слушатели смогут использовать в дальнейшей в работе в роли психолога, руководителя, организатора.

Цель данной дисциплины – обеспечить фундаментальную подготовку высококвалифицированных специалистов, обладающих базовыми знаниями в области психологии делового имиджа, профессионально владеющих технологиями формирования имиджа делового человека, познакомить с социально-психологическими особенностями восприятия аудиторией имиджа; сформировать навыки построения эффективных имидж-коммуникативных моделей.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Курс «Психология имиджа» относится к вариативной части учебного плана ОПОП по направлению 37.03.01 «Психология».

Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данного курса, формируются в процессе изучения следующих дисциплин: «Методологические проблемы психологии», «Отрасли психологии, психологические практики и психологические службы», «Организационная психология», «Управление персоналом», «Психология и этика делового общения» и др.

Курс направлен на формирование теоретических и практических знаний по проблемам имиджа, на изучение современных представлений о составляющих имиджа делового человека, о факторах и стратегиях формирования эффективного делового имиджа, о социальных эффектах восприятия имиджа, о роли имиджа в профессиональной сфере человека, а также о причинах вариаций восприятия имиджа. Наряду с этим в курсе раскрываются основные принципы и нормы, регламентирующие поведение человека в общей структуре деловых отношений; рассматривается содержание принципов делового этикета в современных условиях, в частности, в задачи курса входит освоение правил деловой переписки, виртуального этикета, деловых телефонных разговоров. В контексте курса подробно анализируются различные элементы, из которых складывается имидж - окружение, социальное и материальное положение, увлечения, психологические и внешние качества личности (речь, одежда, внешний вид, мимика, жесты и т.д.).

Важными направлениями курса наряду с формированием у студентов системы представлений, позволяющей анализировать теории и практику эффективного делового имиджа в контексте профессиональной деятельности, является также ознакомление магистрантов с основами психологии и этики деловой коммуникации; формирование представления об основных формах делового общения: а) деловой беседе, б) коллективных формах общения – совещании, собрании, в) телефонном общении, г) деловой переписке. Приоритетное значение придается практическим упражнениям по личной самопрезентации, занятиям по фейсбилдингу, разыгрыванию ситуаций по вербальному и невербальному общению в области коммуникативного общения и правил «хорошего тона», искусству «чтения» человека по телодвижению. Учебный курс дает возможность овладеть методами сбора физиогномической и кинетической информации, приемами профессиональной коммуникации и публичных выступлений.

Базовыми категориями, на которых строится изучение курса, являются такие понятия как «имидж», «самопрезентация», «самопредъявление», «представление», «коммуникация», «этикет», «репутация», «престиж», «стиль» и т. д. По окончании программы студенты смогут использовать психологические методы формирования имиджа в своей социальной практике.

Содержание программного материала, освоение технологий самоимиджирования должно способствовать формированию психологической культуры личности, освоению навыков поведения в современной культуре профессиональной деятельности, раскрытию внутреннего творческого потенциала, а также должно содействовать самопознанию личности. Учебный курс дает возможность овладеть методами сбора физиогномической и кинетической информации, приемами профессиональной коммуникации; публичных выступлений; подготовку эффективных презентаций.

Зачет по курсу имеет прикладной характер и включает в себя создание психологического автопортрета, проведение самодиагностики, разработка концепции формирования собственного делового имиджа. Наряду с этим, при проставлении зачета будут учитываться не только выполнение заданий психологического практикума, активная работа на практических занятиях, участие в тренингах, но и с докладом на выбранную тему. Выступление является – самопрезентацией, во время которой студенту необходимо продемонстрировать все навыки представления позитивного имиджа докладчика (вербальные, невербальные, коммуникативные и т.д.).

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общекультурных (ОК)

- позитивному воздействию личным примером на окружающих на основе соблюдения норм и рекомендаций здорового образа жизни (ОК-8).

профессиональных (ПК):

- способностью к психологической диагностике, прогнозированию изменений и динамики уровня развития познавательной и мотивационно-волевой сферы, самосознания, психомоторики, способностей, характера, темперамента, функциональных состояний, личностных черт и акцентуаций в норме и при психических отклонениях с целью гармонизации психического функционирования человека (ПК-5);

- способностью к проведению работ с персоналом организации с целью отбора кадров и создания психологического климата, способствующего оптимизации производственного процесса (ПК-13);

- способность к реализации психологических технологий, ориентированных на личностный рост сотрудников организации и охрану здоровья индивидов и групп (ПК-14).

В результате изучения дисциплины студент *должен*

знать:

- основополагающие проблемы в области и делового имиджа;
- закономерности и особенности социально-психологического восприятия имиджа;
- основные виды стратегий самопрезентаций для формирования эффективного имиджа;
- базовые принципы этики и этикета деловых отношений в современных условиях.

уметь:

- самостоятельно анализировать разные теоретические подходы и концепции в области психологии имиджа;
- эффективно проводить коммуникационную презентацию;
- разрабатывать стратегии и использовать технологии самопрезентации, успешно позиционировать личностный имидж;
- применять психологические знания в разработке имидж-проектов в соответствующих областях психологической практики.

владеть:

- понятийным аппаратом психологии делового имиджа для анализа и систематизации информации, поиска новой информации, объяснения индивидуальных особенностей построения имиджа делового человека;
- навыками применения полученных теоретических знаний для решения практических задач.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часа.

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)						Объем учебной работы с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации (по семестрам)	
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы	СРС	КП, КР			
1.	Понятие имиджа и имиджелогии.	4	1-3		5				10		2,5/50	
2.	Персональный имидж: структура и факторы формирования.	4	4-5		5				10		2,5/50	
3.	Стратегии и технологии формирования имиджа	4	6-7		5				10		2,5/50	Рейтинг-контроль № 1
4.	Психология индивидуального имиджа.	4	8-9		5				10		2,5/50	
5.	Роль имиджа в профессиональной деятельности	4	10-12		5				10		2,5/50	Рейтинг-контроль № 2
6.	Психология корпоративного имиджа.	4	13-15		5				10		2,5/50	
7.	Психология предметного имиджа.	4	16-18		6				12		3/50	Рейтинг-контроль № 3
ИТОГО		4	18		36				72		18/50	Зачет

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- a. Информационно-коммуникационные технологии.
 - b. Работа в команде/работа в малой группе.
 - c. Case-study.
 - d. Проблемное обучение.
 - e. Контекстное обучение.
 - f. Обучение на основе опыта.
 - g. Индивидуальное обучение.
 - h. Междисциплинарное обучение.
 - i. Опережающая самостоятельная работа.
- Формы организации учебного процесса:
- j. Лекция.
 - k. Практическое занятие.
 - l. Самостоятельная работа студентов.
 - m. Научно-исследовательская работа студентов: подготовка выступления на научной студенческой конференции.
 - n. Консультация, тьюторство: консультирование студентов по проблеме выступления на научной студенческой конференции.
 - o. Case-study: анализ социально-педагогических ситуаций.
 - p. Работа в команде: разработка модели личности психолога.

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Контроль освоения дисциплины производится в соответствии с ПОЛОЖЕНИЕМ о рейтинговой системе комплексной оценки знаний студентов ВлГУ.

Текущий контроль студентов производится во время проведения практических занятий в форме:

- тестирования;
- устных ответов на вопросы к практическим занятиям;
- проверки выполнения письменных домашних заданий;

– проверки составленных таблиц и схем;

Отдельно оцениваются личностные качества студента (аккуратность, исполнительность, инициативность) – своевременная сдача тестов и письменных домашних заданий.

Дополнительно оцениваются посещаемость, исполнительность, инициативность студента, его активность на практических занятиях, своевременная сдача письменных заданий.

Фонды оценочных средств, включающие задания к контрольным работам, тесты и методы контроля, позволяющие оценить РО по данной дисциплине, включены в состав УМК дисциплины.

ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

1. Имидж как феномен массовой коммуникации.
2. Имидж как социальный, культурный и психологический феномен.
3. История имиджелогии. Формирование представлений об имидже в культуре второй половины XX в.
4. Социально-психологические основы имиджа.
5. Психологическая структура имиджа. Структурный подход к формированию имиджа.
7. Имидж как процесс и результат: содержательная и процессуальная сущность имиджелогии.
8. Имидж как система и процесс. Формирование имидж-модели. Проблемы практической реализации имидж-модели.
9. Сравнительный анализ социального стереотипа и имиджа.
10. Имидж как образ.
11. Роль стереотипов в создании и восприятии имиджа.
12. Социально-перцептивные механизмы формирования имиджа.
13. Роль аудитории (обратной связи с аудиторией) в формировании (управлении) имиджа.
15. Личность и имидж.
16. Имидж и мода.
18. Имидж и анти-имидж.
19. Имиджелогия как практика и как профессия.
20. Этические аспекты имиджмейкинга.
21. Эстетические аспекты имиджа и имиджевых решений.
22. Коммуникативные проблемы имиджмейкинга.

23. Визуальное, вербальное, событийное, контекстное измерения имиджа.

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

1. Имидж как объект психологических и смежных исследований. Исследования имиджа с точки зрения различных наук и отраслей знания.
2. Понятие имиджа. Имидж и образ. Имидж и мнение. Предмет психологии имиджа.
3. Место имиджа и имиджелогии в психологии массовых коммуникаций.
4. Основные компоненты имиджа.
5. Имидж формирующая информация и ее виды.
6. Структура имиджа как социальной установки.
7. Идентификация и эмпатия как механизмы формирования имиджа.
8. Личность как объект имиджа.
9. Психологические исследования объекта индивидуального имиджа.
10. Политический имидж. PR технологии в разработке политического имиджа.
11. Организация как объект имиджа. Внешний и внутренний имидж организации.
12. Корпоративная культура как основа корпоративного имиджа.
13. Товар как объект имиджа. Имидж товара в рекламе. Персонификация как механизм формирования предметного имиджа.
14. От образа к имиджу: психосемантический брендинг.
15. Технологии формирования имиджа.
16. Классификация имиджей с точки зрения факторов, их образующих.
17. Работа по формированию имиджа как одно из направлений деятельности психолога.

Задания для рейтинг-контроля

Рейтинг-контроль №1

1. Психологические исследования объекта индивидуального имиджа.
2. Политический имидж. PR технологии в разработке политического имиджа.
3. Организация как объект имиджа. Внешний и внутренний имидж организации.
4. Корпоративная культура как основа корпоративного имиджа.
5. Товар как объект имиджа. Имидж товара в рекламе. Персонификация как механизм формирования предметного имиджа.

Рейтинг-контроль №2

1. Роль выразительных форм в создании имиджа.
2. Роль жестов и мимики в построении и восприятии имиджа.
3. Роль репутации в формировании имиджа.
4. Проблема оценки составляющих корпоративного имиджа.
5. Соотношение корпоративной философии и корпоративного имиджа: теоретический и прикладной аспекты. как объект имиджа.

Рейтинг-контроль №3

1. Имидж в науке.
2. Имидж культурно-образовательного учреждения (в рамках программы сотрудничества с музеями области).
3. Имидж общественного (религиозного) движения.
4. Роль имиджа в туристическом бизнесе.
5. Управление имиджем (на примере организации или персоны).
6. Проблемы антикризисного управления имиджем. Новые компоненты имиджа.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ДИСЦИПЛИНЫ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРОЙ

основная литература:

1. Ковальчук А.С. Основы имиджологии и делового общения: Учебное пособие. - Ростов-на-Дону, 2010 (50 экз. в библиотеке СГУ).
2. Лебедев-Любимов, А.Н. Психология рекламы / А.Н. Лебедев-Любимов. – СПб.: Питер, 2013. – 368 с.
3. Горчакова, Валентина Григорьевна. Прикладная имиджология [Текст] : учеб. пособие / В. Г. Горчакова. - М. : Акад. Проект, 2010. - 397с.

дополнительная литература:

1. Гаймакова Б. Д. Мастерство эфирного выступления. М., 2011.
2. Жилкина Мария Сергеевна. Психология рекламы и поведение потребителей. Индивидуально-типологический подход [Текст] : монография / М. С. Жилкина. - М. : Спутник+, 2011. - 140с.
3. ИНФРА-М: ; Новосибирск : Сиб. соглашение, 2014. - 228 с.
4. Федеральный закон о рекламе // <http://www.referent.ru/1/15504%2310>

Интернет-ресурсы:

<http://slovari.yandex.ru/dict/azbuka/article/azbuka>.
<http://www.lib.surgu.ru/docs/konf2/pedagogika.doc>.
<http://www.academim.org>.
<http://lib.socio.msu.ru/l/library>. 7.03.2009.
<http://www.academim.org/art/zhebiti.html>.
<http://www.soc.pu.ru/inf/rcconf.shtml>.
<http://proceedings.usu.ru/?base>.
<http://www.medpressa.kuzdrav.ru/files/MiD/MiD2001>.
<http://www.academim.org/art/petrovasudba/html>.

<http://www.soc.pu.ru/inf/rcconf.shtml>.

<http://proceedings.usu.ru/?base>.

<http://www.medpressa.kuzdrav.ru/files/MiD/MiD2001>.

<http://www.academim.org/art/petrovasudba/html>.

<http://slovari.yandex.ru/dict/glossary/article>.

<http://www.vanessaim.ru/articles>.

<http://slovari.yandex.ru/dict/sociology/article/soc>.

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

За кафедрой «Психология личности и специальная педагогика» закреплены **семь учебных аудиторий:**

ауд. 527 - 3 - 72м² на 48 посадочных мест, оборудованная переносным мультимедийным комплексом (ноутбук + мультимедийный проектор Panasonic PT-L735E), экран;

ауд. 529 а - 3– 50 м² на 30 посадочных мест, оборудованная проектором NEC LT 265/LT 245, ноутбук, экран;

ауд. 529 б -3 – 50 м² на 30 посадочных мест, оборудованная проектором Panasonic PT-L735E, ноутбук, интерактивная доска, плакаты, макеты.

ауд. 525-3 – 72 м² на 48 посадочных мест, оборудованная переносным мультимедийным комплексом (ноутбук + мультимедийный проектор Panasonic PT-L735E) 3 станции Pentium –III, принтер HP LaserJet 1100, музыкальный центр Panasonic;

209а-3 - 36м² на 10 посадочных мест, оборудованная принтером Брайля Everest-D V4 с соответствующим программным обеспечением, магнитный набор «Ориентир» (3 штуки), компьютер – 2 штуки, программа экранного доступа Jaws for Windows, многофункциональное устройство, программа Fine Rider, дисплей Брайля Focus 14, брошюратор, метр складной с рельефными делениями.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению
37.03.01 – Психология .

Рабочую программу составил: ст. препод. кафедры ПЛиСП Шаманин Н.В. Шаманин Н.В.

Рецензент: медицинский психолог ГКУЗ ВО ОПБ №1 Крылова Т.А. Крылова Т.А.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Психология личности и
специальная педагогика

Протокол № 10 от 5.06.2018 года.

Заведующий кафедрой к. пс. н., доц. Филатова О.В. Филатова О.В.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно – методической
комиссии направления 37.03.01 – Психология

Протокол № 9 от 25.06.2018 года.

Председатель комиссии: к. пс. н., доц. Филатова О.В. Филатова О.В.

**ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

Рабочая программа одобрена на 20 19 / 20 20 учебный года

Протокол заседания кафедры № 1 от 29.04.19 года

Заведующий кафедрой *ИИ- Мишкова О.В.*

Рабочая программа одобрена на 20 20 / 20 21 учебный года

Протокол заседания кафедры № 15 от 2.07.2020 года

Заведующий кафедрой *ИИ- Мишкова О.В.*

Рабочая программа одобрена на 20 21 / 20 22 учебный года

Протокол заседания кафедры № 11 от 23.06.21 года

Заведующий кафедрой *ИИ- Мишкова О.В.*