

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

Гуманитарный институт



УТВЕРЖДАЮ:

Директор института

Е.М. Петровичева

04 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Психология имиджа

(наименование дисциплины)

направление подготовки / специальность

37.03.01 - Психология

(код и наименование направления подготовки (специальности))

направленность (профиль) подготовки

Психология

(направленность (профиль) подготовки))

г. Владимир

2022

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: формирование у студентов системных представлений о феномене имиджа, ознакомление с теоретическими основами, основными социально-психологическими механизмами и методами формирования имиджа, а также навыками и умениями их эффективного использования в процессе профессиональной деятельности выпускников.

Задачи:

1. Познакомить студентов с содержанием феномена имиджа, определить его роль и место в системе современных массовых коммуникаций.
2. Представить психологические и социально-психологическое обоснование функционирования имиджа в практике массовых коммуникаций.
3. Развить базовые профессиональные компетенции психолога в использовании инструментария психологии имиджа.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Психология имиджа» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана по направлению подготовки 37.03.01 – Психология.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине, в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	
ПК-5. Способен к психологической диагностике, прогнозированию изменений и динамики уровня развития познавательной и мотивационно-волевой сферы, самосознания, психомоторики, способностей, характера,	<p>ПК-5.1. Знает основные тенденции и закономерности развития и функционирования различных психических процессов, свойств и состояний личности в норме и при психических отклонениях; принципы и особенности методов психологической диагностики и прогнозирования изменений, и динамики различных психических свойств, процессов и состояний в норме и при психических отклонениях; знать базовые понятия психодиагностики.</p> <p>ПК-5.2. Умеет прогнозировать изменения и динамику уровня развития и функционирования различных составляющих психики в норме и при</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные тенденции и закономерности развития и функционирования различных психических процессов, свойств и состояний личности в норме и при психических отклонениях; - принципы и особенности методов психологической диагностики и прогнозирования изменений, и динамики различных психических свойств, процессов и состояний в норме и при психических отклонениях; - знать базовые понятия психодиагностики. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - прогнозировать изменения и динамику уровня развития и функционирования различных составляющих психики в норме и 	Тестовые вопросы, ситуационные задачи, практико-ориентированное задание, рейтинг-контроль, зачет (ФОМ)

<p>темперамента, функциональных состояний, личностных черт и акцентуаций в норме и при психических отклонениях с целью гармонизации психического функционирования человека</p>	<p>психических отклонениях, подбирать методический инструментарий для диагностики и прогнозирования изменений и динамики различных психических свойств, процессов и состояний, в соответствии с поставленной профессиональной задачей и с целью гармонизации психического функционирования человека. ПК-5.3. Владеет навыками анализа изменений и динамики развития и функционирования различных составляющих психики в норме, акцентуации и при психических отклонениях, методами психологической диагностики, прогнозирования изменений уровня развития познавательной и мотивационно-волевой сферы, самосознания, психомоторики, способностей, характера, темперамента, функциональных состояний, личностных черт и акцентуаций в норме и при психических отклонениях.</p>	<p>при психических отклонениях, подбирать методический инструментарий для диагностики и прогнозирования изменений и динамики различных психических свойств, процессов и состояний, в соответствии с поставленной профессиональной задачей и с целью гармонизации психического функционирования человека Владеть: - навыками анализа изменений и динамики развития и функционирования различных составляющих психики в норме, акцентуации и при психических отклонениях, методами психологической диагностики, прогнозирования изменений уровня развития познавательной и мотивационно-волевой сферы, самосознания, психомоторики, способностей, характера, темперамента, функциональных состояний, личностных черт и акцентуаций в норме и при психических отклонениях.</p>	
<p>ПК-13. Способен к проведению работ с персоналом организации с целью отбора кадров и создания психологического климата, способствующего оптимизации производственного процесса</p>	<p>ПК-13.1. Знает этические, социально-психологические основы управления персоналом и использовать их в практической деятельности, знать модели и методы привлечения персонала, основные этапы привлечения персонала, особенности работы с кадровым резервом. ПК-13.2. Умеет проводить оценку проблемной ситуации в управлении персоналом, выявлять ведущие факторы и определять перспективы разрешения проблемы, развития ситуации. Осуществлять эффективную коммуникацию в рамках отношений субординации, планировать, организовывать, контролировать результативность конкретных мероприятий в процессе управления</p>	<p>Знать: - этические, социально-психологические основы управления персоналом и использовать их в практической деятельности, знать модели и методы привлечения персонала, основные этапы привлечения персонала, особенности работы с кадровым резервом. Уметь: - проводить оценку проблемной ситуации в управлении персоналом, выявлять ведущие факторы и определять перспективы разрешения проблемы, развития ситуации; - осуществлять эффективную коммуникацию в рамках отношений субординации, планировать, организовывать, контролировать результативность конкретных мероприятий в процессе управления</p>	

	<p>персоналом: набор, аттестация, адаптация.</p> <p>ПК-13.3. Владеет приемами и методами оптимизации социально-психологического климата, алгоритмом составления плана работы с персоналом, аттестационной оценкой персонала.</p>	<p>персоналом: набор, аттестация, адаптация.</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - приемами и методами оптимизации социально-психологического климата, алгоритмом составления плана работы с персоналом, аттестационной оценкой персонала. 	
<p>ПК-14.</p> <p>Способен к реализации психологических технологий, ориентированных на личностный рост сотрудников организации и охрану здоровья индивидов и групп.</p>	<p>ПК-14.1. Знает организационную психологию (концептуальные подходы, особенности, виды и т. д.); основные теории оказания психологической помощи персоналу организаций (управление, организация, отбор и т. д.); требования к документообороту в области управления персоналом, межведомственного взаимодействия, оказания услуг в социальной сфере; требования к конфиденциальности информации, хранению и оперированию персональными данными; психологические технологии, ориентированные на личностный рост сотрудников и охрану здоровья индивидов и групп.</p> <p>ПК-14.2. Умеет использовать интерактивные методы личностного роста, психологические технологии здоровьесбережения; умеет оценивать риски и факторы социальной и психологической напряженности, организовывать работу группы специалистов по оказанию психологической помощи населению, нуждающемуся в ней по результатам мониторинга психологической безопасности и комфортности среды проживания населения, с целью снижения социальной и психологической напряженности; умеет разрабатывать и реализовывать программы повышения психологической</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организационную психологию (концептуальные подходы, особенности, виды и т. д.); - основные теории оказания психологической помощи персоналу организаций (управление, организация, отбор и т. д.); - требования к документообороту в области управления персоналом, межведомственного взаимодействия, оказания услуг в социальной сфере; - требования к конфиденциальности информации, хранению и оперированию персональными данными; психологические технологии, ориентированные на личностный рост сотрудников и охрану здоровья индивидов и групп. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать интерактивные методы личностного роста, психологические технологии здоровьесбережения; умеет оценивать риски и факторы социальной и психологической напряженности, организовывать работу группы специалистов по оказанию психологической помощи населению, нуждающемуся в ней по результатам мониторинга психологической безопасности и комфортности среды проживания населения, с целью снижения социальной и психологической напряженности; - разрабатывать и реализовывать программы повышения психологической компетентности субъектов образовательного процесса, 	

	компетентности субъектов образовательного процесса, работающих с различными категориями обучающихся; ПК-14.3. Владеет навыками разработки программ личностного роста сотрудников и охраны их здоровья.	работающих с различными категориями обучающихся; Владеть: - навыками разработки программ личностного роста сотрудников и охраны их здоровья.	
--	--	---	--

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа

Тематический план форма обучения – очно-заочная

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Контактная работа обучающихся с педагогическим работником				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	в форме практической подготовки		
1	Понятие имиджа и имиджелогии	6	1-3	3	3			6	
2	Направления исследований имиджа в психологии и смежных науках	6	4-7	3	3		2	6	Рейтинг-контроль №1
3	Классификация, структура имиджа и процесс его формирования	6	8-10	3	3			6	
4	Психология индивидуального имиджа	6	11-14	3	3		2	6	Рейтинг-контроль №2
5	Психология корпоративного имиджа	6	15-16	3	3			6	
6	Психология предметного имиджа	6	17-18	3	3		2	6	Рейтинг-контроль №3
Всего за бсеместр:		6	18	18	18		6	36	Зачет
Наличие в дисциплине КП/КР									
Итого по дисциплине		6	18	18	18		6	36	Зачет

Содержание лекционных занятий по дисциплине

Раздел 1. Основы психологии имиджа.

Тема 1. Понятие имиджа и имиджелогии. Основы понятия «имидж». История научных представлений об имидже. Место имиджа в психологии массовых коммуникаций. Определение имиджа с точки зрения различных наук и отраслей знания. Методологическое обоснование феномена имиджа: социокультурный подход А.С. Ахиезера, коммуникативный подход (К.-О. Апель, Ю. Хабермас, Н. Луман), конструктивистский подход (Т. Лукман, П. Бергер, С. Курдюмов, Е. Князева), модель двусторонней симметричной коммуникации Д. Грюнига, принцип диалогического познания мира М.М. Бахтина, концепция интегрального пространства (AQAL-spase) К. Уилбера, феномен «спиральной динамики» (spiral dynamics) К.

Грэйвза, модель формирования эффективной системы публичных дискурсов социального субъекта М.И. Шишкиной. Феномен имиджа в современных научных исследованиях.

Тема 2. Направления исследований имиджа в психологии и смежных науках. Феноменологический подход: К. Роджерс («Я-концепция»). Диспозициональное направление: Г. Олпорт («образ себя»). Когнитивное направление: Дж. Келли (Теория ролевого 5 конструктора). Аналитическая теория личности: К.Г. Юнг (классификация архетипов). Индивидуальная теория личности: А. Адлер («стиль жизни»). Эго-психология: Э. Эриксон («эгоидентичность – ролевое смещение»). Гуманистическая психология: Э. Фромм (социальные типы характера). Социально-когнитивное направление А.Бандура («научение через моделирование», «достижение самоэффективности»), Дж. Роттер («прогноз поведения»). Научающе-бихевиоральное направление: Б.Ф. Skinner (Теория оперантного научения). Гуманистическое направление: А. Маслоу (иерархия потребностей). Психоаналитическое направление: З. Фрейд (методика психоанализа). Понятия имиджевой коммуникации: психология масс, образно-чувственное мышление, информация, информационное пространство, модель массовой коммуникации. Прямая и косвенная имиджформирующая информация. Каналы трансляции: аудиальные, визуальные, кинестетические. Социально-психологические феномены трансляции и восприятия имиджа: интуиция, хиндсайт, социальные ожидания, фундаментальная ошибка атрибуции, установка, убеждение, оценка. Метафора, миф, символ, стереотип, ассоциация, репутация как компоненты создания имиджа. Использование инструментария психологии имиджа в качестве методов воздействия на аудиторию: позиционирование, манипулирование, мифологизация, визуализация, НЛП, перформанс, жест, формат и др. Принципы психологического проектирования имиджа – принципы целостности и заданности. Имидж и психология цвета. Имиджформирующая функция психологического пространства: законы психологического пространства, Преодоление барьеров восприятия.

Тема 3. Классификация, структура имиджа и процесс его формирования. Структурные элементы имиджа. Этапы и стадии формирования имиджа. Консонантные и диссонантные схемы восприятия. Типы мотивации при создании имиджа. Имидж, ориентированный на самоощущение и восприятие. Классификации имиджа. Классификация имиджа по знаку: имидж положительный; имидж отрицательный. Классификация имиджа по соотношению к личностной и профессиональной составляющей жизнедеятельности: имидж личностный – сочетание ряда внешних и внутренних факторов; имидж профессиональный. Классификация имиджа с точки зрения факторов, его образующих: средовой имидж; габитарный имидж; овеществленный имидж; вербальный имидж; кинетический имидж. Классификация имиджа по функциональному подходу: зеркальный; текущий; желаемый; корпоративный; множественный. Классификация имиджа по характеристикам индуктора (Е.Б. Перельгина): групповой, предметный, корпоративный. Навыки эффективной самопрезентации имиджа (самомаркетинг, техники эффективного общения, вербальные и невербальные средства трансляции имиджа, стратегии эффективного влияния, синтоническая модель общения, психотехника формирования аттракции). Критерии оценки имиджа: самоощущение, появление планируемых оценок со стороны окружающих, практическое достижение планируемой интеракции при субъективной уверенности, что она достигнута при помощи имиджа. Имидж и должностные обязанности специалиста по социальным коммуникациям. Общее и различия в исследованиях персонального, корпоративного и предметного имиджа. Практические методики оценки имиджа.

Раздел 2. Методы и технологии психологической работы с имиджем.

Тема 4. Психология индивидуального имиджа. Внешняя и внутренняя мотивация по созданию имиджа. Оригинальный и наведенный виды имиджа. Имидж, ориентированный на самоощущение и имидж ориентированный на восприятие. Я-концепция и Я-образ. Взаимоотношения имиджа, Я-реального, Я-идеального и Образа Я у других. Механизмы каузальной атрибуции. Имплицитная теория личности. Типологии личности как основа для оценки имиджевой предрасположенности потребителей. Тело, лицо, поведение человека как

объект его имиджа. Закономерности зрительного восприятия лица и фигуры человека. Психологическая характеристика стилей одежды. Применение в имеджмейкинге концепций конституциональной психологии Э.Кречмера и С.Шелдона. Совершенствование рефлексивно-перцептивных способностей. Развитие способностей по 6 диагностике и экспрессии эмоционального состояния. Самопрезентация. Факторы восприятия личности в общественном сознании. Использование психодиагностики для создания психологического портрета личности. Тесты, опросники, контент-анализ, биографический метод, наблюдение и особенности их применения. Критерии эффективности индивидуального имиджа. Психологическая составляющая имиджа политических субъектов. Психология имиджа предвыборной кампании. Имидж государства. Стратегические компоненты имиджа государства (герб, флаг, гимн, история, миссия, стратегия, философия и др.). Основные принципы и инструменты формирования регионального имиджа. Работа с внутренними и внешними объектами: органы и представители федеральной власти, инвесторы, туристы, квалифицированные кадры, «внешние» средства массовой информации (международные, федеральные и инорегиональные), жители региона (в свою очередь, могут подразделяться на более узкие сегменты в зависимости от конкретных задач того или иного мероприятия). Концептуальная и деятельностная составляющая имиджа региона. Имидж и репутация в бизнесе. Роль имиджа руководителя в управлении организацией. Компоненты имиджа руководителя: личностный, социальный, профессиональный. Стили управленческой деятельности и типы имиджа руководителя. Выбор типа имиджа в зависимости от условий деятельности организации, личностных особенностей руководителя и характеристик аудитории имиджа. Свойства имиджа руководителя – адекватность, устойчивость, целостность, презентабельность. Психологическая характеристика параметров имиджа: внешность, рабочее помещение, стиль общения, режим работы, работа с документами, методы воздействия на подчиненных. Создание установки принятия имиджа руководителя: ситуативной, фиксированной. Модель внутреннего пространства личности руководителя («Окно Джогарри»). Социально-психологический тренинг имиджевых качеств.

Тема 5. Психология корпоративного имиджа. Понятие корпоративного имиджа. Роль имиджа учреждения (организации, фирмы) в условиях современного рынка услуг. Психологическая характеристика фирмы, организации с учетом ее функциональных связей и решаемых задач. Внешний и внутренний имидж. Связь внутреннего имиджа с корпоративной культурой. Оптимальная структура внешнего имиджа учреждения. Изучение имиджа учреждения. Методы оценки. Оптимальная структура имиджа. Имидж руководителя в структуре имиджа учреждения. Роль внешних атрибутов образовательного учреждения: эмблема, девиз. Организация связей с общественностью. Критерии и показатели эффективности формирования имиджа. Алгоритм совершенствования имиджа. Основные мероприятия по совершенствованию имиджа. Особенности имиджа образовательного учебного заведения. Имидж государственной службы. Критерии эффективности корпоративного имиджа.

Тема 6. Психология предметного имиджа. Подходы в маркетинге и менеджменте к созданию имиджа товара. Психологическое исследование потребительской аудитории. Анализ потребностей человека и мотивов потребителей. Рациональный и бессознательный компоненты образа. Изучение стиля жизни потребителей и сегментирование рынка. Американская (VALS1, VALS2) и европейская системы сегментации рынка. Психологическая оценка товара. Функциональные и психологические преимущества объекта и их использование при разработке имиджа товара. Методы оценки имиджа товара. Психологическая характеристика рекламы, ее виды. Рекомендации по разработке товарного знака и слогана. Влияние цвета и формы на психическое состояние человека. Учет закономерностей памяти и внимания.

Содержание практических занятий по дисциплине

Раздел 1. Основы психологии имиджа.

Тема 1. Понятие имиджа и имиджелогии. Основы понятия «имидж». История научных представлений об имидже. Место имиджа в психологии массовых коммуникаций. Определение имиджа с точки зрения различных наук и отраслей знания. Методологическое обоснование феномена имиджа: социокультурный подход А.С. Ахиезера, коммуникативный подход (К.-О. Апель, Ю. Хабермас, Н. Луман), конструктивистский подход (Т. Лукман, П. Бергер, С. Курдюмов, Е. Князева), модель двусторонней симметричной коммуникации Д. Грюнига, принцип диалогического познания мира М.М. Бахтина, концепция интегрального пространства (AQAL-spase) К. Уилбера, феномен «спиральной динамики» (spiral dynamics) К. Грэйвза, модель формирования эффективной системы публичных дискурсов социального субъекта М.И. Шишкиной. Феномен имиджа в современных научных исследованиях.

Тема 2. Направления исследований имиджа в психологии и смежных науках. Феноменологический подход: К. Роджерс («Я-концепция»). Диспозициональное направление: Г. Олпорт («образ себя»). Когнитивное направление: Дж. Келли (Теория ролевого 5 конструкта). Аналитическая теория личности: К.Г. Юнг (классификация архетипов). Индивидуальная теория личности: А. Адлер («стиль жизни»). Эго-психология: Э. Эриксон («эгоидентичность – ролевое смещение»). Гуманистическая психология: Э. Фромм (социальные типы характера). Социально-когнитивное направление А.Бандура («научение через моделирование», «достижение самоэффективности»), Дж. Роттер («прогноз поведения»). Научающее-бихевиоральное направление: Б.Ф. Skinner (Теория оперантного научения). Гуманистическое направление: А. Маслоу (иерархия потребностей). Психодинамическое направление: З. Фрейд (методика психоанализа). Понятия имиджевой коммуникации: психология масс, образно-чувственное мышление, информация, информационное пространство, модель массовой коммуникации. Прямая и косвенная имиджформирующая информация. Каналы трансляции: аудиальные, визуальные, кинестетические. Социально-психологические феномены трансляции и восприятия имиджа: интуиция, хиндсайт, социальные ожидания, фундаментальная ошибка атрибуции, установка, убеждение, оценка. Метафора, миф, символ, стереотип, ассоциация, репутация как компоненты создания имиджа. Использование инструментария психологии имиджа в качестве методов воздействия на аудиторию: позиционирование, манипулирование, мифологизация, визуализация, НЛП, перформанс, жест, формат и др. Принципы психологического проектирования имиджа – принципы целостности и заданности. Имидж и психология цвета. Имиджформирующая функция психологического пространства: законы психологического пространства, Преодоление барьеров восприятия.

Тема 3. Классификация, структура имиджа и процесс его формирования. Структурные элементы имиджа. Этапы и стадии формирования имиджа. Консонантные и диссонантные схемы восприятия. Типы мотивации при создании имиджа. Имидж, ориентированный на самоощущение и восприятие. Классификации имиджа. Классификация имиджа по знаку: имидж положительный; имидж отрицательный. Классификация имиджа по соотношению к личностной и профессиональной составляющей жизнедеятельности: имидж личностный – сочетание ряда внешних и внутренних факторов; имидж профессиональный. Классификация имиджа с точки зрения факторов, его образующих: средовой имидж; габитарный имидж; овеществленный имидж; вербальный имидж; кинетический имидж. Классификация имиджа по функциональному подходу: зеркальный; текущий; желаемый; корпоративный; множественный. Классификация имиджа по характеристикам индуктора (Е.Б. Перелыгина): групповой, предметный, корпоративный. Навыки эффективной самопрезентации имиджа (самомаркетинг, техники эффективного общения, вербальные и невербальные средства трансляции имиджа, стратегии эффективного влияния, синтоническая модель общения, психотехника формирования аттракции). Критерии оценки имиджа: самоощущение, появление планируемых оценок со стороны окружающих, практическое достижение планируемой интеракции при субъективной уверенности, что она достигнута при помощи имиджа. Имидж и должностные обязанности специалиста по социальным

коммуникациям. Общие и различия в исследованиях персонального, корпоративного и предметного имиджа. Практические методики оценки имиджа.

Раздел 2. Методы и технологии психологической работы с имиджем.

Тема 4. Психология индивидуального имиджа. Внешняя и внутренняя мотивация по созданию имиджа. Оригинальный и наведенный виды имиджа. Имидж, ориентированный на самоощущение и имидж ориентированный на восприятие. Я-концепция и Я-образ. Взаимоотношения имиджа, Я-реального, Я-идеального и Образа Я у других. Механизмы каузальной атрибуции. Имплицитная теория личности. Типологии личности как основа для оценки имиджевой предрасположенности потребителей. Тело, лицо, поведение человека как объект его имиджа. Закономерности зрительного восприятия лица и фигуры человека. Психологическая характеристика стилей одежды. Применение в имеджмейкинге концепций конституциональной психологии Э.Кречмера и С.Шелдона. Совершенствование рефлексивно-перцептивных способностей. Развитие способностей по 6 диагностике и экспрессии эмоционального состояния. Самопрезентация. Факторы восприятия личности в общественном сознании. Использование психодиагностики для создания психологического портрета личности. Тесты, опросники, контент-анализ, биографический метод, наблюдение и особенности их применения. Критерии эффективности индивидуального имиджа. Психологическая составляющая имиджа политических субъектов. Психология имиджа предвыборной кампании. Имидж государства. Стратегические компоненты имиджа государства (герб, флаг, гимн, история, миссия, стратегия, философия и др.). Основные принципы и инструменты формирования регионального имиджа. Работа с внутренними и внешними объектами: органы и представители федеральной власти, инвесторы, туристы, квалифицированные кадры, «внешние» средства массовой информации (международные, федеральные и инорегиональные), жители региона (в свою очередь, могут подразделяться на более узкие сегменты в зависимости от конкретных задач того или иного мероприятия). Концептуальная и деятельностная составляющая имиджа региона. Имидж и репутация в бизнесе. Роль имиджа руководителя в управлении организацией. Компоненты имиджа руководителя: личностный, социальный, профессиональный. Стили управленческой деятельности и типы имиджа руководителя. Выбор типа имиджа в зависимости от условий деятельности организации, личностных особенностей руководителя и характеристик аудитории имиджа. Свойства имиджа руководителя – адекватность, устойчивость, целостность, презентабельность. Психологическая характеристика параметров имиджа: внешность, рабочее помещение, стиль общения, режим работы, работа с документами, методы воздействия на подчиненных. Создание установки принятия имиджа руководителя: ситуативной, фиксированной. Модель внутреннего пространства личности руководителя («Окно Джогарри»). Социально-психологический тренинг имиджевых качеств.

Тема 5. Психология корпоративного имиджа. Понятие корпоративного имиджа. Роль имиджа учреждения (организации, фирмы) в условиях современного рынка услуг. Психологическая характеристика фирмы, организации с учетом ее функциональных связей и решаемых задач. Внешний и внутренний имидж. Связь внутреннего имиджа с корпоративной культурой. Оптимальная структура внешнего имиджа учреждения. Изучение имиджа учреждения. Методы оценки. Оптимальная структура имиджа. Имидж руководителя в структуре имиджа учреждения. Роль внешних атрибутов образовательного учреждения: эмблема, девиз. Организация связей с общественностью. Критерии и показатели эффективности формирования имиджа. Алгоритм совершенствования имиджа. Основные мероприятия по совершенствованию имиджа. Особенности имиджа образовательного учебного заведения. Имидж государственной службы. Критерии эффективности корпоративного имиджа.

Тема 6. Психология предметного имиджа. Подходы в маркетинге и менеджменте к созданию имиджа товара. Психологическое исследование потребительской аудитории. Анализ потребностей человека и мотивов потребителей. Рациональный и бессознательный компоненты образа. Изучение стиля жизни потребителей и сегментирование рынка.

Американская (VALS1, VALS2) и европейская системы сегментации рынка. Психологическая оценка товара. Функциональные и психологические преимущества объекта и их использование при разработке имиджа товара. Методы оценки имиджа товара. Психологическая характеристика рекламы, ее виды. Рекомендации по разработке товарного знака и слогана. Влияние цвета и формы на психическое состояние человека. Учет закономерностей памяти и внимания.

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

5.1. Текущий контроль успеваемости

Контрольные вопросы к рейтинг-контролю №1

1. Основные подходы к понятию «Имидж».
2. Пути формирования имиджа.
3. Имиджелогия как отрасль знания. Функции имиджелогии.
4. Взаимодействие имиджелогии с различными областями знаний.
5. Комплексная структура имиджа.

Контрольные вопросы к рейтинг-контролю №2

6. Составляющие личного имиджа.
7. Эстетическая составляющая формирования имиджа.
8. Психологическая составляющая формирования имиджа.
9. Культурологическая составляющая формирования имиджа.
10. Экономическая составляющая формирования имиджа.

Контрольные вопросы к рейтинг-контролю №3

11. Характеристики имиджа.
12. Виды имиджформирующей информации.
13. Типы ситуаций, при которых человек реагирует на имидж.
14. Типы имиджей. Их классификация.
15. Самоимидж. Воспринимаемый и требуемый имидж.

5.2. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины – зачет

Примерные вопросы к зачету

1. Основные подходы к формированию имиджа.
2. Варианты функционального имиджа (зеркальный, текущий, желаемый).
3. Варианты функционального имиджа (корпоративный, множественный).
4. Особенности множественного имиджа.
5. Имидж как знаковые характеристики, где присутствует форма и содержание.
6. Имидж как тип сообщения.
7. Характеристики формирования имиджа, используемого в избирательной борьбе.
8. Характеристики формирования имиджа личности.
9. Характеристики формирования имиджа фирмы (компании).
10. Характеристики формирования имиджа товара.
11. Особенности управления имиджем.
12. Репутация. Требования к формированию репутации.
13. Специфика использования вербальных имиджевых коммуникаций.
14. Специфика использования вербальных имиджевых коммуникаций в рекламе.
15. Специфика использования невербальных имиджевых коммуникаций.

16. Специфика использования невербальных имиджевых коммуникаций в рекламе.
17. Инструментарий имиджелогии - вербализация, позиционирование, манипулирование.
18. Инструментарий имиджелогии - мифологизация, эмоционализация, формат.
19. Инструментарий имиджелогии - детализация, акцентирование информации, архаизация.
20. Инструментарий имиджелогии - замена целей, подача противоречивых сигналов, дистанционирование.
21. Инструментарий имиджелогии - метафоризация, визуализация, опрос общественного мнения.
22. Инструментарий имиджелогии - внедрение моделей восприятия, контекстное введение знаков, нейролингвистическое программирование.
23. Основы имиджелогии: Понятийный аппарат имиджелогии. История понятия «имидж».
24. Специфика коммуникативного процесса по восприятию имиджа. Особенности восприятия имиджа реципиентами
25. Особенности имиджевой коммуникации.
26. Специфика профессиональной деятельности имиджмейкера.
27. Специфика формирования политического имиджа.
28. Специфика имиджа в сфере бизнеса. Имидж делового человека.
29. Мода и имидж.
30. Специфика имиджа в сфере шоу-бизнеса.
31. Имидж и реклама.
32. Социально-психологические особенности имиджевой рекламы
33. Особенности формирования имиджа товара посредством видео- и телерекламы.
34. Особенности формирования имиджа товара посредством печатной рекламы.
35. Цели и задачи создания собственного имиджа.
36. Особенности самопрезентации и саморекламы.
37. Специфика управленческой имиджелогии.
38. Имидж в системе массовой коммуникации.
39. Особенности формирования имиджа в средствах массовой информации.

5.3. Самостоятельная работа обучающегося.

Вид самостоятельной работы – изучение методической литературы, написание диагностических, интерпретационных, исследовательских работ.

Порядок выполнения и контроль самостоятельной работы. Задание выполняется учащимися в течение всего семестра с опорой на рекомендуемую литературу, дополнительные источники (пункт 6) и защищаются в период прохождения рейтинг-контролей № 1, 2, 3.

Задания для самостоятельной работы

1. Изучить первоисточники, учебники, методическую литературу по темам дисциплины

2. Написать диагностические, интерпретационные, исследовательские работы.

Фонд оценочных материалов (ФОМ) для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Книгообеспеченность

Наименование литературы: автор, название, вид издания, издательство	Год издания	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ
		Наличие в электронном каталоге ЭБС
Основная литература*		
Лысикова, О. В. Имиджология и паблик рилейшнз в социокультурной сфере [Электронный ресурс] : учебное пособие / О. В. Лысикова. - Москва : Флинта, 2014. - 168 с	2014	http://ibooks.ru/product.php?productid=341718
Чумиков А.Н., Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] / Чумиков А.Н. - М. : Аспект Пресс, 2016. - 159 с. (Серия "Учебник нового поколения") - ISBN 978-5-7567-0819-6	2016	http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756708196.html
Вылегжанин Д.А., Введение в политическую имиджологию [Электронный ресурс] / Д.А. Вылегжанин - М. : ФЛИНТА, 2014.	2014	http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785893499964.html
Дополнительная литература		
Калюжный А.А., Психология формирования имиджа учителя [Электронный ресурс] / А.А. Калюжный. - М. : ВЛАДОС, 2004. - 222 с. (Библиотека руководителя образовательного учреждения) - ISBN 5-691-01322-X -	2004	http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN569101322.html
Политические технологии [Электронный ресурс]: Учеб. пособие для студентов вузов / Гринберг Т.Э. - М. : Аспект Пресс, 2018.	2018	http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756709520.html
Психология управления [Электронный ресурс] / Е.Г. Кузьмина, Н.В. Бубчикова - М. : ФЛИНТА, 2015.	2015	http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976524378.html

6.2. Периодические издания

1. Вопросы психологии. М.: ПИ РАО
2. Психологический журнал. М.: Наука, ИП РАН

6.3. Интернет-ресурсы

1. <http://www.chtivo.ru/book/993709/>
2. <http://www.ozon.ru/context/detail/id/4110434/>
3. <http://books.tr200.ru/v.php?id=264857>
4. <http://lib.rus.ec/b/204476>
5. http://ifets.ieee.org/russian/depository/v12_i3/html/6r.htm

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий практического типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (аудитории 527-3, 529а-3, 529б-3, 209а-3).

Аудитории оснащены следующим оборудованием:

209а-3 – Дисплей Брайля Focus 14 Blue, Компьютер Digitech, МФУ Canon i-sensys MF 226h, переплетчик на пластиковую пружину Rayson SD-1201, Принтер Intex Everest v4, Принтер HP Laser jet 1320, Компьютер (Lenovo Think Center);

527-3 – Проектор – 14/2-1 BenQ MP 620 C, доска магнитно-маркерная BoardSYS 100*180.

529а-3 – Интерактивная система SMART Board 480.

529б-3 – Электронная доска SMART Board 640, Проект мультимедийный NEC 265.

Перечень используемого лицензионного программного обеспечения Word, Excel, PowerPoint.

Рабочую программу составил ст. преподаватель Шаманин Н.В. Шоф
(ФИО, должность, подпись)

Рецензент: медицинский психолог ГКУЗ ВО «ОПБ №1» Крылова Т.А. Тукрф -
(место работы, должность, ФИО, подпись)

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

Протокол № 8а от 15.04.2022 года

Заведующий кафедрой Филатова О.В. ФФ
(ФИО, подпись)

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

Протокол № 8а от 15.04.2022 года

Председатель комиссии зав. кафедрой ПЛиСП Филатова О.В. ФФ
(ФИО, подпись)

**ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

Рабочая программа одобрена на 20____ / 20____ учебный года

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на 20____ / 20____ учебный года

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на 20____ / 20____ учебный года

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

в рабочую программу дисциплины

НАИМЕНОВАНИЕобразовательной программы направления подготовки код и наименование ОП, направленность:
наименование (указать уровень подготовки)

Номер изменения	Внесены изменения в части/разделы рабочей программы	Исполнитель ФИО	Основание (номер и дата протокола заседания кафедры)
1			
2			

Заведующий кафедрой _____ / _____

*Подпись**ФИО*