

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)

УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по образовательной деятельности

А.А.Панфилов
« 11 » 09 2019 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ТЕОРИЯ ИМИДЖА И УПРАВЛЕНИЕ РЕПУТАЦИЕЙ

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль/программа подготовки: Реклама и связи с общественностью

Уровень высшего образования: Бакалавриат

Форма обучения: очная

Семестр	Трудоемкость зач. ед./ час.	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежуточной аттестации (экзамен/зачет/зачет с оценкой)
7	5/180	-	72	-	72	Экзамен/36
Итого	5/180	-	72	-	72	Экзамен/36

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины:

- изучение профессиональной терминологии;
- изучение методов формирования имиджа;
- изучение технологии управления репутацией;
- приобретение навыков разработки проектов формирования имиджа.

Задачи:

помочь студентам получить основы профессиональных знаний, которые в дальнейшем могут быть ими использованы при освоении специальных дисциплин, различных профессиональных технологий и приемов.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Теория имиджа и управление репутацией» находится в базовой части учебного плана ОПОП ВО по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Пререквизиты дисциплины:

Связи с общественностью как современная технология управления обществом
Влияние межконфессиональных отношений на систему коммуникации и массовой информации
Политические процессы и современность
Системный анализ социальных процессов

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	<i>частично</i>	Знать: - потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности. Уметь: - отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности. Владеть: - приемами реагирования на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности	<i>частично</i>	Знать: - эффекты и последствия своей профессиональной деятельности. Уметь: - учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности. Владеть: - методами учета последствий своей профессиональной деятельности.
ПК-11. Способен разрабатывать концептуальные и	<i>частично</i>	Знать: - концептуальные и стратегические документы в области информационных, коммуникационных и PR-

стратегические документы в области информационных, коммуникационных и PR-кампаний		<p>кампаний.</p> <p>Уметь:</p> <p>- разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области информационных, коммуникационных и PR-кампаний.</p> <p>Владеть:</p> <p>- приемами разработки концептуальных и стратегических документов в области информационных, коммуникационных и PR-кампаний.</p>
---	--	---

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единицы, 180 часов

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем 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, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	СРС		
1	Имидж как категория связей с общественностью	7	1		4		4	4/100%	
2	Структура имиджа	7	2		4		4	2/100%	
3	Имиджирование как процесс	7	3		4		4	4/100%	
4	Формирование имиджа персоны	7	4-5		6		4	6/100%	
5	Формирование имиджа организации	7	5-10		20		14	20/100%	Рейтинг-контроль № 1
6	Формирование имиджа государства	7	10-12		12		14	12/100%	Рейтинг-контроль № 2
7	Приемы управления имиджем	7	12-13		4		11	4/100%	
8	Имидж и репутация	7	14-15		12		4	12/100%	
9	Приемы управления репутацией	7	16-18		6		4	6/100%	Рейтинг-контроль № 3
Всего за 7 семестр:					72		72	72/100%	Экзамен/36
Наличие в дисциплине КП/КР					-				
Итого по дисциплине					72		72	72/100%	Экзамен/36

Содержание практических занятий по дисциплине

Практическое занятие № 1.

Имидж как категория связей с общественностью

ПЛАН

1. Имидж как профессиональный термин.
2. Современные теории имиджа.
3. Соотношение имиджа и образа.
4. Соотношение имиджа и репутации.

Практическое занятие № 2.

Структура имиджа

ПЛАН

1. Имидж как совокупность элементов.
2. Основные характеристики имиджа.
3. Структура имиджа персоны.
4. Структура имиджа организации.
5. Структура имиджа государства.

Практическое занятие № 3.

Имиджирование как процесс

ПЛАН

1. Процесс формирования имиджа.
2. Приемы имиджирования.
3. Оценка эффективности.

Практическое занятие № 4-5.

Формирование имиджа персоны

ПЛАН

1. Анализ ситуации и оценка качеств личности.
2. Выбор перспективных качеств личности.
3. Разработка программы формирования имиджа личности.
4. Оценка эффективности.

Практическое занятие № 5-10.

Формирование имиджа организации

ПЛАН

1. Анализ ситуации и оценка характеристик организации.
2. Выбор перспективных характеристик организации.
3. Разработка программы формирования имиджа организации.
4. Оценка эффективности.

Практическое занятие № 10-12.

Формирование имиджа государства

ПЛАН

1. Анализ ситуации и оценка характеристик государства.
2. Выбор перспективных характеристик государства.
3. Разработка программы формирования имиджа государства.
4. Оценка эффективности.

Практическое занятие № 12-13.

Приемы управления имиджем

ПЛАН

1. Анализ и оценка ситуации.
2. Определение угроз.
3. Поиск решения проблем.
4. Разработка программ управления имиджем.
5. Оценка эффективности.

Практическое занятие № 13-15.

Имидж и репутация

ПЛАН

1. Репутация как профессиональный термин.

2. Имидж и репутация: общее и особенное.
3. Факторы изменения репутации.
4. Оценка эффективности.

Практическое занятие № 16-18.
Приемы управления репутацией
ПЛАН

1. Анализ и оценка ситуации.
2. Определение угроз.
3. Поиск решения проблем.
4. Разработка программ управления имиджем.
5. Оценка эффективности.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины «Теория имиджа и управление ситуацией» используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

- Групповая дискуссия (тема № 1,2,3);
- Анализ ситуаций (тема № 5,8);
- Разбор конкретных ситуаций (тема № 4,6);
- Творческое задание (тема № 7, 9).

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

Текущий контроль успеваемости (рейтинг-контроль 1, рейтинг-контроль 2, рейтинг-контроль 3), промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины – экзамен.

Рейтинг-контроль 1
Аналитическая записка

Примерные задания для аналитической записки:

1. Анализ понятия «имидж»
2. Особенности формирования имиджа в разные исторические эпохи

Рейтинг-контроль № 2
Тест

Примерные задания в тестовой форме:

1. Имидж в переводе с английского языка означает: а) впечатление; б) образ; в) оценка.
2. Носителем имиджа является: а) фирма, организация; б) люди, лидеры общественного мнения; в) а) и б)
3. Типизация – это: а) обобщенное представление о чем-либо; б) целенаправленно-сформированный образ чего-либо и кого-либо; в) явление повседневной практики общения, сводящиеся к упрощенным типам.
4. Когда имиджирование стало самостоятельным предметом? а) в начале 1980 – х гг. б) с конца 1990 – х гг. в) с конца 1950 – х гг.

5. Как называется специалист по созданию имиджа? а) специалист по имиджу; б) имиджмейкер; в) носитель имиджа.
6. Источником имиджформирующей информации являются: а) имиджмейкер; б) индукторы; в) реципиенты.
7. Термины «имидж», «репутация», «идентичность», «организационная культура» являются: а) синонимами; б) четко взаимосвязанными понятиями; в) не являются взаимосвязанными между собой и изучаются различными науками.
8. По признаку воспринимаемой аудитории различают: а) социальный, управленческий, научный, обобщенный имиджи; б) внешний и внутренний имиджи организации; в) имидж организации в целом и имиджи отдельных подразделений.
9. По функционально-технологическому признаку выделяют следующие разновидности имиджа: а) желаемый и воспринимаемый, социо-ситуативный и постоянный; б) самоимидж и внешний имидж личности; в) обобщенный, функциональный, контекстный.

Рейтинг-контроль № 3

Дискуссия

Примерные темы для дискуссии:

1. Специфика формирования внешнего корпоративного имиджа.
2. Пропаганда положительного образа предприятия.
3. Целенаправленное управление внутренней коммуникацией в целях создания внутреннего имиджа организации.

Основные вопросы для самостоятельной работы по дисциплине

«Теория имиджа и управление репутацией»

Тема 1. Имидж как категория связей с общественностью

1. Значение имиджа и имиджирования в деловой жизни.
2. Имидж политика.

Тема 2. Структура имиджа

1. Основные отличительные характеристики традиционной и современной модели имиджирования.

Тема 3. Имиджирование как процесс

1. Специфика формирования внешнего корпоративного имиджа.

Тема 4. Формирование имиджа персоны

1. Основные отличительные характеристики традиционной и современной модели имиджирования.
2. Роль персонального имиджа в профессиональной деятельности

Тема 5. Формирование имиджа организации

1. Миссия и принципы деятельности организации как часть декларируемой философии.
2. Общественная деятельность как элемент внешнего имиджирования

Тема 6. Формирование имиджа государства

1. Элементы внутреннего имиджирования.

Тема 7. Приемы управления имиджем

1. Пропаганда положительного образа предприятия.
2. Корпоративная идентичность и корпоративный имидж в традиционной и современной модели имиджирования.

Тема 8. Имидж и репутация

1. Целенаправленное управление внутренней коммуникацией в целях создания внутреннего имиджа организации.

Тема 9. Приемы управления репутацией

1. Методика эмпирической проверки современной модели имиджирования.

Примерные вопросы для экзамена

1. Определение и концептуальные характеристики имиджа.
2. Классификации разновидностей имиджа.
3. Значение имиджа и имиджирования в деловой жизни.
4. Философия организации: определение, структура, функции.
5. Рекомендации по разработке декларации корпоративной философии.
6. Миссия и принципы деятельности организации как часть корпоративной философии.
7. Ценности организации как часть корпоративной философии.
8. Цели организации и их отношение к корпоративной философии.
9. Компоненты внешнего имиджа организации.
10. Способы и средства внешнего имиджирования в организации.
11. Способы и средства внутреннего имиджирования в организации.
12. Сохранение и защита внутреннего имиджирования в организации.
13. Традиционная модель корпоративного имиджа.
14. Современная модель корпоративного имиджа.
15. Школы и подходы в исследованиях взаимосвязи имиджа и репутации.
16. Факторы репутации.
17. Измерение репутации.
18. Понятие персонально-делового имиджа
19. Внутренние и внешние факторы, определяющие персональный имидж
20. Составляющие «Я-концепции»
21. Типология цветового имиджа личности
22. Составляющие кинетического имиджа
23. Понятие вербального имиджа

Фонд оценочных средств для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Книгообеспеченность

Наименование литературы: автор, название, вид издания, издательство	Год издания	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ	
		Количество экземпляров изданий в библиотеке ВлГУ в соответствии с ФГОС ВО	Наличие в электронной библиотеке ВлГУ
1	2	3	4
Основная литература			

Чумиков А.Н., Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] / Чумиков А.Н. - (Серия "Учебник нового поколения") - ISBN 978-5-7567-0819-6 -	М. : Аспект Пресс, 2016. - 159 с.		http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756708196.html
Дополнительная литература			
Горкина М.Б., PR на 100%: Как стать хорошим менеджером по PR [Электронный ресурс] / Горкина М.Б., Мамонтов А.А., Манн И.Б. - 6-е изд. - (Серия "Бизнес на 100%") - ISBN 978-5-9614-1323-6 - Режим доступа:	М. : Альпина Паблишерз, 2016 - 240 с.		http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961413236.html
Сальникова Л.С., Управление репутацией [Электронный ресурс] : учебно-методич. комплекс / Л.С. Сальникова - ISBN 978-5-9228-0857-6	М. : МГИМО, 2012. - 80 с. -		http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785922808576.html
Василенко Л.А., Модели диалога власти и общества в интернет-коммуникациях [Электронный ресурс] / под общ. ред. Л.А. Василенко, Е.В. Тарасовой - ISBN 978-5-392-18090-5 - Режим доступа:	М. : Проспект, 2015. - 112 с.		http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785392180905.html

7.2. Периодические издания

1. «Коммуникология: международный научный журнал», специализированный журнал URL: <https://www.communicology.us>
2. НИР. Современная коммуникативистика, 2013. Код доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=413046>

7.3. Интернет-ресурсы

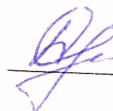
1. <https://news.pressfeed.ru>
2. www.sovetnik.com
3. ЭБС «Консультант студента» <http://www.studentlibrary.ru/>
4. ЭБС «IPRbooks» <http://www.iprbookshop.ru/>
5. 3 ЭБС «Znanium» <http://www.znanium.com/>
6. ЭБС «БиблиоРоссика» <http://www.bibliorossica.com/>
7. 5.ЭБС «Университетская библиотека ONLINE» <https://biblioclub.ru/>

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий практического/лабораторного типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы (указать необходимое).

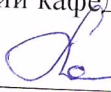
Мультимедийная учебная аудитория 229, количество студенческих мест – 50, оснащение: доска интерактивная SMART Board 685 (диагональ 87), презентационный проектор Epson «ЕВ-1860», документ-камера Eloam S600, акустическая система Samsung HW-J550/RU, персональный компьютер в составе: ThinkCentre M70e/keyboard/mouse/L1900p19.

Рабочую программу составил доцент Соколова С.Ю.  _____

Рецензент Руководитель пресс-службы ВПОО «Милосердие и порядок» Ермолина Д.Е.  _____


Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры ЖРСО

Протокол № 1 от 29.08.2019 года

Заведующий кафедрой Латышева Ж.В.  _____

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии
направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Протокол № 1 от 11.09.2019 года

Председатель комиссии Латышева Ж.В.  _____

**ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

в рабочую программу дисциплины

НАИМЕНОВАНИЕ

образовательной 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			

Зав. кафедрой _____ / _____
Подпись *ФИО*