

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

06 2021 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

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины: сформировать у студентов базовые знания и профессиональные навыки формирования имиджа и управления репутацией.

Задачи:

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

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

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

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 компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4. Способен отвечать на запросы общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Знание запросов и потребностей общества и целевых аудиторий ОПК-4.2. Умение применять в профессиональной деятельности запросы и потребности общества и целевых аудиторий ОПК-4.3. Владение методами использования запросов и потребностей общества и целевых аудиторий в профессиональной деятельности	Дискуссии Творческие задания Разбор конкретных ситуаций
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности	ОПК-7.1 Знание принципов социальной ответственности ОПК-7.2. Умение оценивать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности ОПК-7.3. Владение методами оценки эффектов и последствий своей профессиональной деятельности	Знать принципы социальной ответственности Уметь оценивать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности Владеть методами оценки эффектов и последствий своей профессиональной деятельности	Дискуссии Творческие задания Разбор конкретных ситуаций
ПК-11. Способен разрабатывать	ПК-11.1 Знание принципов разработки	Знать принципы разработки и	Дискуссии Творческие

концептуальные и стратегические документы в области информационных, коммуникационных и PR-кампаний	и концептуальных и стратегических документов в области информационных, коммуникационных и PR-кампаний ПК-11.2. Умение разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области информационных, коммуникационных и PR-кампаний ПК-11.3. Владение методами разработки концептуальных и стратегических документов в области информационных, коммуникационных и PR-кампаний	и стратегических документов в области информационных, коммуникационных и PR-кампаний Уметь разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области информационных, коммуникационных и PR-кампаний Владеть методами разработки концептуальных и стратегических документов в области информационных, коммуникационных и PR-кампаний	задания Разбор конкретных ситуаций Разработка проекта
--	--	---	---

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единицы, 180 часов

Тематический план форма обучения - очная

№ 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	Имидж как категория связей с общественностью	7	1		4		4	4	
2	Структура имиджа	7	2		4		4	4	
3	Имиджирование как процесс	7	3		4		4	4	
4	Формирование имиджа персоны	7	4-5		6		4	4	
5	Формирование имиджа организации	7	5-10		20		14	14	Рейтинг-контроль № 1
6	Формирование имиджа государства	7	10-12		12		14	14	Рейтинг-контроль № 2
7	Приемы управления имиджем	7	12-13		4		11	11	
8	Имидж и репутация	7	14-15		12		4	4	
9	Приемы управления репутацией	7	16-18		6		4	4	Рейтинг-контроль № 3
Всего за 7 семестр:					72		72	72	Экзамен/36
Наличие в дисциплине КП/КР					-				
Итого по дисциплине					72		72	72	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. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

5.1. Текущий контроль успеваемости.

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.

5.2. Промежуточная аттестация.

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

5.3. Самостоятельная работа студентов

Основные вопросы для самостоятельной работы по дисциплине (конспекты)

«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.

Контроль за выполнением самостоятельной работы студентов осуществляется в ходе практических занятий и рейтинг-контроля. Учебно-методическое обеспечение указано в пунктах 6.1. и 6.2. данной рабочей программы.

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 электронной библиотеке ВлГУ	
Основная литература			
Шарков, Ф. И. Имидж фирмы : технологии управления : учебное пособие для вузов / Шарков Ф. И. - Москва : Академический Проект, 2020. - 272 с.	2020	https://www.studentlibrary.ru/ru/book/ISBN9785829129323.html	
Рева, В. Е. Управление репутацией : учебное пособие / Рева В. Е. - Москва : Дашков и К, 2018. - 136 с.	2018	https://www.studentlibrary.ru/ru/book/ISBN9785394022098.html	
Горохов, В. М. Гринберг Т. Э. Связи с общественностью : Теория, практика,	2018	https://www.studentlibrary.ru/ru/book/ISBN9785756708967.html	

коммуникативные стратегии : учебное пособие для студентов вузов / Горохов В. М. , Гринберг Т. Э. - Москва : Аспект Пресс, 2018. - 224 с.		
Кондратьев, Э. В. Связи с общественностью : учебное пособие для высшей школы / Под общ. ред. С. Д. Резника - Москва : Академический Проект, 2020. - 511 с. (Gaudeamus) - ISBN 978-5-8291-2912-5.	2020	https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785829129125.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%"). М. : Альпина Паблишерз, 2016. - 240 с.	2016	http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961413236.html
Чумиков, А. Н. Реклама и связи с общественностью : Имидж, репутация, бренд : учебное пособие для студентов вузов / Чумиков А. Н. - Москва : Аспект Пресс, 2016. - 159 с. (Серия "Учебник нового поколения") - ISBN 978-5-7567-0819-6.	2016	https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756708196.html
Творогова, Н. Д. Психология управления : учебное пособие / Н. Д. Творогова, Д. В. Кулешов ; под ред. Н. Д. Твороговой. - 3-е изд. , перераб. и доп. - Москва : ГЭОТАР-Медиа, 2021. - 480 с. - ISBN 978-5-9704-6219-5.	2021	https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970462195.html

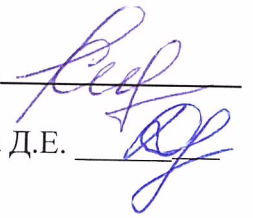
6.2. Интернет-ресурсы

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

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации дисциплины имеется аудитория для проведения занятий лекционного, практического и лабораторного типа, оборудованная мультимедийными средствами с установленными на них лицензионным программным обеспечением: пакет Microsoft Office, Microsoft Windows, 7-Zip, AcrobatReader.

Рабочую программу составил доцент, кандидат философских наук Соколова С.Ю.

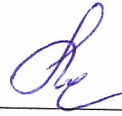


Рецензент руководитель пресс-службы ВПОО «Милосердие и порядок» Ермолина Д.Е.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью

Протокол № 11 от 18.06.21 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 № 11 от 18.06.21 года

Председатель комиссии Латышева Ж.В.

