

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Отделение Высшая школа исторических наук и всемирного культурного наследия



УТВЕРЖДАЮ
Проректор по образовательной деятельности КФУ
Проф. Д.А. Гаюровский

_____» _____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины
Имиджология в туризме Б1.В.ДВ.6

Направление подготовки: 43.03.02 - Туризм
Профиль подготовки: Международный туризм
Квалификация выпускника: бакалавр
Форма обучения: очное
Язык обучения: русский

Автор(ы):

Галимов Ш.Ш.

Рецензент(ы):

Галимова Л.И.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Валеев Р. М.

Протокол заседания кафедры No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института международных отношений (отделение Высшая школа исторических наук и всемирного культурного наследия):

Протокол заседания УМК No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Регистрационный No 980341919

Казань
2019

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Галимов Ш.Ш. Кафедра всемирного культурного наследия отделение Высшая школа исторических наук и всемирного культурного наследия , SSGalimov@yandex.ru

1. Цели освоения дисциплины

Целью изучения дисциплины является формирование профессиональных знаний, умений и навыков в предметной области имиджологии, что обеспечивает основу для их применения как в частной консультативной практике, так и в ситуации участия в крупномасштабных проектах.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел "Б1.В.ДВ.6 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 43.03.02 Туризм и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 3 курсе, 5 семестр.

Для прохождения дисциплины обучающийся должен знать: основы управления персоналом, коммуникационный менеджмент, этику деловых отношений, деловое общение и коммуникации.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-1 (общекультурные компетенции)	способностью использовать основы философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности
ОК-3 (общекультурные компетенции)	способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
ОК-4 (общекультурные компетенции)	способностью работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
ОК-5 (общекультурные компетенции)	способностью к самоорганизации и самообразованию

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

Основные понятия дисциплины "Имиджология"

Модели корпоративного имиджа

Корпоративную философию и ее связь с имиджированием

2. должен уметь:

Формировать внешний имидж организации

Формировать внутренний имидж организации

Сохранять и защищать позитивный имидж организации

Формировать персональный деловой имидж

3. должен владеть:

Навыками корпоративного и персонального имиджирования
Правилами корпоративного этикета

4. должен демонстрировать способность и готовность:

применять полученные знания на практике

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: экзамен в 5 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Имидж и его роль в деловой жизни	5	1	2	6	0	Устный опрос
2.	Тема 2. Модели корпоративного имиджа. Корпоративная репутация в системе имиджирования	5	2	2	4	0	Устный опрос
3.	Тема 3. Корпоративная философия и имиджирование	5	3	2	4	0	Письменное домашнее задание
4.	Тема 4. Основы технологии формирования внешнего имиджа организации	5	4-5	4	4	0	Устный опрос Эссе
5.	Тема 5. Внутренний имидж организации. Сохранение и защита позитивного имиджа организации	5	6	2	6	0	Контрольная работа

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
6.	Тема 6. Корпоративное имиджирование и бренд-менеджмент	5	7	2	6	0	Устный опрос
7.	Тема 7. Персональный деловой имидж	5	8-9	4	6	0	Устный опрос Творческое задание
	Тема . Итоговая форма контроля	5		0	0	0	Экзамен
	Итого			18	36	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Имидж и его роль в деловой жизни

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Понятие и функции имиджа: Определение имиджа; Разновидности имиджа; Значение имиджа и имиджирования

практическое занятие (6 часа(ов)):

Роль корпоративной философии в формировании имиджа; миссия организации; ценность организации; принципы деятельности организации; цели и стратегии организации;

Тема 2. Модели корпоративного имиджа. Корпоративная репутация в системе имиджирования

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Модели корпоративного менеджмента: традиционная модель, современная модель. Корпоративная репутация в системе имиджирования: проблема взаимосвязи понятий "репутация" и "имидж"; факторы корпоративной репутации; измерение корпоративной репутации

практическое занятие (4 часа(ов)):

Роль корпоративной репутации в моделях имиджирования. Имидж предприятий туристской отрасли. Корпоративная солидарность предприятий.

Тема 3. Корпоративная философия и имиджирование

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Основы корпоративной философии и имиджирование на предприятиях

практическое занятие (4 часа(ов)):

Роль корпоративной философии в формировании имиджа; миссия организации; ценность организации; принципы деятельности организации; цели и стратегии организации; Рекомендации по разработке декларации корпоративной философии

Тема 4. Основы технологии формирования внешнего имиджа организации

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Технологии формирования внешнего имиджа предприятия Средства и способы формирования внешнего имиджа организации: имиджевая рекламная кампания; Поддержание прочных связей со средствами массовой информации; имиджевая общественная деятельность;

практическое занятие (4 часа(ов)):

Функции, структура, задачи внешнего имиджирования; Определение целевых аудиторий; Разработка компонентов внешнего имиджа организации; Создание сообщений; имиджевая рекламная кампания;

Тема 5. Внутренний имидж организации. Сохранение и защита позитивного имиджа организации

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Основы внутреннего имиджа организации; Сохранение и защита позитивного имиджа организации

практическое занятие (6 часа(ов)):

Внутренний имидж организации; Поддержание провозглашенных корпоративных стандартов; Изменчивость и устойчивость имиджа; Мониторинг корпоративного имиджа

Тема 6. Корпоративное имиджирование и бренд-менеджмент

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Основы корпоративного имиджирования и роль бренд-менеджмента

практическое занятие (6 часа(ов)):

Место бренд-менеджмента в управлении имиджем организации; Измерения бренда; Бренд-ДНК; Имя бренда

Тема 7. Персональный деловой имидж

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Основы создания и развития персонального делового имиджа сотрудников компаний.

практическое занятие (6 часа(ов)):

Определение персонального делового имиджа; Атрибуты и факторы делового имиджа; Необходимые шаги в создании делового имиджа; Учет конкретной среды общения; Определение контекста деятельности; Создание сообщения о себе; Формирование делового образа с помощью одежды и макияжа

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Се-местр	Неде-ля семе-стра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудо-емкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Имидж и его роль в деловой жизни	5	1	подготовка к устному опросу	6	устный опрос
2.	Тема 2. Модели корпоративного имиджа. Корпоративная репутация в системе имиджирования	5	2	подготовка к устному опросу	6	устный опрос
3.	Тема 3. Корпоративная философия и имиджирование	5	3	подготовка домашнего задания	6	домашнее задание

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
4.	Тема 4. Основы технологии формирования внешнего имиджа организации	5	4-5	подготовка к устному опросу	2	устный опрос
				подготовка к эссе	2	эссе
5.	Тема 5. Внутренний имидж организации. Сохранение и защита позитивного имиджа организации	5	6	подготовка к контрольной работе	4	контрольная работа
6.	Тема 6. Корпоративное имиджирование и бренд-менеджмент	5	7	подготовка к устному опросу	4	устный опрос
7.	Тема 7. Персональный деловой имидж	5	8-9	подготовка к творческому заданию	6	творческое задание
	Итого				36	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Основными видами учебной работы при изучении дисциплины являются: лекции и практические занятия с разбором конкретных ситуаций на примере российских и международных компаний

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Имидж и его роль в деловой жизни

устный опрос , примерные вопросы:

Определение имиджа; Разновидности имиджа; Значение имиджа и имиджирования

Тема 2. Модели корпоративного имиджа. Корпоративная репутация в системе имиджирования

устный опрос , примерные вопросы:

Традиционная модель, современная модель. проблема взаимосвязи понятий "репутация" и "имидж"; факторы корпоративной репутации; измерение корпоративной репутации

Тема 3. Корпоративная философия и имиджирование

домашнее задание , примерные вопросы:

Подготовка альтернативного теоретического материала по следующим темам: Роль корпоративной философии в формировании имиджа;

Тема 4. Основы технологии формирования внешнего имиджа организации

устный опрос , примерные вопросы:

принципы деятельности организации; цели и стратегии организации;

эссе , примерные темы:

Разработка компонентов внешнего имиджа организации

Тема 5. Внутренний имидж организации. Сохранение и защита позитивного имиджа организации

контрольная работа , примерные вопросы:

миссия организации; ценность организации;

Тема 6. Корпоративное имиджирование и бренд-менеджмент

устный опрос , примерные вопросы:

Внутренний имидж организации; Поддержание провозглашенных корпоративных стандартов;

Изменчивость и устойчивость имиджа; Мониторинг корпоративного имиджа

Тема 7. Персональный деловой имидж

творческое задание , примерные вопросы:

Роль корпоративной философии в формировании имиджа;

Итоговая форма контроля

экзамен (в 5 семестре)

Примерные вопросы к экзамену:

Вопросы

1. Определение имиджа; Разновидности имиджа; Значение имиджа и имиджирования
2. Традиционная модель, современная модель. проблема взаимосвязи понятий "репутация" и "имидж"; факторы корпоративной репутации; измерение корпоративной репутации
3. Роль корпоративной философии в формировании имиджа; миссия организации; ценность организации; принципы деятельности организации; цели и стратегии организации;
4. Рекомендации по разработке декларации корпоративной философии
5. Функции, структура, задачи внешнего имиджирования;
6. Определение целевых аудиторий;
7. Разработка компонентов внешнего имиджа организации;
8. Создание сообщений;имиджевая рекламная кампания;
9. Поддержание прочных связей со средствами массовой информации; имиджевая общественная деятельность;
10. Определение имиджа; Разновидности имиджа; Значение имиджа и имиджирования;
11. Традиционная модель, современная модель. проблема взаимосвязи понятий "репутация" и "имидж"; факторы корпоративной репутации; измерение корпоративной репутации
12. Роль корпоративной философии в формировании имиджа; миссия организации; ценность организации; принципы деятельности организации; цели и стратегии организации;
13. Рекомендации по разработке декларации корпоративной философии
14. Функции, структура, задачи внешнего имиджирования;
15. Определение целевых аудиторий;
16. Разработка компонентов внешнего имиджа организации;
- 17.Создание сообщений;имиджевая рекламная кампания;
18. Поддержание прочных связей со средствами массовой информации; имиджевая общественная деятельность;
19. Внутренний имидж организации;
20. Поддержание провозглашенных корпоративных стандартов;
21. Изменчивость и устойчивость имиджа;
22. Мониторинг корпоративного имиджа

23. Место бренд-менеджмента в управлении имиджем организации;
24. Измерения бренда;
25. Брендочая ДНК;
26. Имя бренда
27. Определение персонального делового имиджа;
28. Атрибуты и факторы делового имиджа;
29. Необходимые шаги в создании делового имиджа;
30. Учет конкретной среды общения;
31. Определение контекста деятельности;
32. Создание сообщения о себе;Формирование делового образа с помощью одежды и макияжа

7.1. Основная литература:

- Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: Учебное пособие / Шарков Ф.И., - 3-е изд. - М.:Дашков и К, 'Издательство Шаркова', 2017. - 270 с.: ISBN 978-5-394-02075-9 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/327924>
- Социальное пространство имиджа: Монография / М.О. Кошлякова. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 152 с. <http://znanium.com/bookread.php?book=376278>
- Психология самопрезентации личности: Монография / О.А. Пикулева. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 320 с. <http://znanium.com/bookread.php?book=415060>

7.2. Дополнительная литература:

- Имидж. Искусство и реальность: Учебное пособие для студентов вузов / Горчакова В.Г. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 279 с.: 60x90 1/16 (Обложка) ISBN 978-5-238-01930-7 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/872659>
- Кошлякова М. О. Информационное пространство имиджа [Электронный ресурс] / М. О. Кошлякова // Образование и сервис: теоретические и практические аспекты. Материалы научно-практ. конф / РГУТиС, Калинингр. фил. - Калининград: Аксиос, 2010. - С. 156 - 158. - Библиогр.: с. 158. - ISBN 978-5-91726-012-9<http://znanium.com/catalog/product/364793>
- Кошлякова М. О. Технологии формирования имиджа [Электронный ресурс] / М. О. Кошлякова. - М.: РГУТиС, 2008. - 128 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/365046>

7.3. Интернет-ресурсы:

- The free Encyclopedia Wikipedia - <https://en.wikipedia.org/>
- Административно-управленческий портал - <http://www.aup.ru/>
- Научная библиотека им. Н.И. Лобачевского - <http://vufind.kpfu.ru/>
- ЦДО Элитариум - <http://www.elitarium.ru/>
- ЭБС "КнигаФонд" - <http://www.knigafund.ru/>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Имиджология в туризме" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Настенная доска, мультимедийное оборудование, интернет

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 43.03.02 "Туризм" и профилю подготовки Международный туризм .

Автор(ы):

Галимов Ш.Ш. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Галимова Л.И. _____

"__" _____ 201__ г.