

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"  
Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций  
Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций



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

\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

*подписано электронно-цифровой подписью*

## Программа дисциплины

Имиджелогия

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в различных сферах

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2020

## Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
  - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
  - 4.2. Содержание дисциплины (модуля)
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины (модуля) к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
13. Приложение №1. Фонд оценочных средств
14. Приложение №2. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
15. Приложение №3. Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Фатыхова Д.Р. (Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии, Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций), d.fatikhova@gmail.com

### 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль), должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

Знать содержание и сущность основных теоретических подходов к проблеме формирования имиджа, особенности работы имиджмейкера.

Знать совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях влияющих на процесс формирования имиджа.

Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности имиджмейкеров и PR специалистов.

Должен уметь:

Уметь ориентироваться в тенденциях развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

Умеет анализировать и прогнозировать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности в качестве имиджмейкеров и PR специалистов.

Должен владеть:

Владеть инструментами поиска информации о политических, экономических, правовых и этических факторах развития медиасистем региона, страны и мира влияющих на процесс формирования имиджа.

Владеет навыками этического анализа профессиональных действий имиджмейкеров и PR специалистов.

Должен демонстрировать способность и готовность:

применять полученные навыки на практике

### 2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.О.34 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью (Реклама и связи с общественностью в различных сферах)" и относится к обязательным дисциплинам.

Осваивается на 3 курсе в 5 семестре.

### 3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы) на 72 часа(ов).

Контактная работа - 34 часа(ов), в том числе лекции - 18 часа(ов), практические занятия - 16 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 38 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 0 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: зачет в 5 семестре.

#### 4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

##### 4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины / модуля	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Имиджелогия как сфера профессиональной деятельности.	5	4	2	0	6
2.	Тема 2. Имидж в структуре мира. Походы к определению имиджа.	5	2	2	0	6
3.	Тема 3. Инструментарий имиджелогии	5	4	2	0	6
4.	Тема 4. Корпоративный имидж. Основные составляющие имиджа организации.	5	4	2	0	6
5.	Тема 5. Технологии создания имиджа организации	5	2	4	0	6
6.	Тема 6. Политическая имиджелогия: понятие, классификация политического имиджа.	5	2	4	0	8
	Итого		18	16	0	38

##### 4.2 Содержание дисциплины (модуля)

###### Тема 1. Имиджелогия как сфера профессиональной деятельности.

Прикладная имиджелогия: разработка стратегий, тактик, техник, методик и технологий построения, поддержания и коррекции имиджа. Имиджевая коммуникация как объект имиджелогии. Имидж как предмет имиджелогии.

Имиджмейкинг: понятие, структура, функции, технологии.

Имиджмейкинг как профессиональная деятельность по созданию имиджа с заданными свойствами и преобразованию имиджа для достижения поставленных целей.

Структура имиджмейкинга: маркетинговый, социологический, ситуативный, коммуникативный этапы. Функции имиджмейкинга. Инструментарий имиджмейкинга.

Имиджмейкер как профессия: функционально-ролевое положение в структуре PR.

Имиджмейкер как профессия: специальные знания, навыки и умения, основные направления деятельности имиджмейкера.

Функции имиджмейкера: планирование, организация, мотивация, контроль, координация, реализация. Личные и профессиональные качества имиджмейкера.

###### Тема 2. Имидж в структуре мира. Походы к определению имиджа.

Древо теоретической категоризации понятия "имидж". Представление имиджа как символического системного артефакта, создаваемого людьми в процессе их взаимодействия.

Системный подход к определению имиджа. Инструментальность имиджа.

Понятие, структура, функции и значение имиджа. Имидж как предмет имиджелогии. Имидж и репутация.

Многообразие и разноплановость подходов к определению природы и сущности имиджа. Компоненты имиджа: смыслообразующий, функциональный, прагматичный.

Параметры имиджа: информативность, динамизм, активность, символизм, функциональность, контекстность.

Функции имиджа: идентификация, идеализация, акцентуация, продвижение.

Механизм формирования и функционирования имиджа. Аудитории имиджа и их роль.

###### Тема 3. Инструментарий имиджелогии

Позиционирование. Позиционирование как помещение объекта в благоприятную для него информационную среду. Трансформация. Трансформация характеристик объекта до круга необходимых, отбор того, что необходимо передать аудитории. Утрировка. Уход от характеристик, которые не являются сильными с точки зрения аудитории. Перевод. Перенос характеристик для передачи по другим, более "выгодным" каналам коммуникации. Манипулирование. Мифологизация. Типология мифов: партийные мифы; государственные мифы, семейные мифы, детские мифы, исторические мифы (отражающие особую роль данного народа в мировой истории). Черты мифологического сообщения. Каналы распространения мифологических сюжетов. Эмоционализация. Пути перехода эмоций в сообщения. Формат. Процессы создания выгодных для коммуникатора контекстов. Иерархия поведенческих факторов, влияющих на популярность оратора. Вербализация. Детализация. Акцентирование информации, ее утаивание и акцент на ней. Дистанцирование. Роль дистанцирования в кризисных ситуациях. Метафоризация. Визуализация. Воздействие на общественное мнение по нескольким каналам. Опрос общественного мнения. Функции опросов.

#### **Тема 4. Корпоративный имидж. Основные составляющие имиджа организации.**

В данной теме раскрываются основные составляющие имиджа организации. Позитивный имидж значим не только для коммерческих организаций. Государственным структурам положительный имидж обеспечивает поддержку населения, бизнеса, средств массовой информации. Некоммерческим организациям, больницам, фондам - помогает вести сбор средств или пожертвований, а также привлекать лучшие ресурсы.

Особое значение положительный имидж имеет для крупных и хорошо известных предприятий. Данные организации всегда на виду общественности и в центре внимания СМИ. Крупным компаниям некуда спрятаться от общественного порицания и невозможно бесследно раствориться в рыночной стихии. Поэтому крупные предприятия постоянно работают с общественным мнением, используя как собственные подразделения связей с общественностью или коммуникаций, так и привлекая внешние PR-агентства.

#### **Тема 5. Технологии создания имиджа организации**

Содержание корпоративного политического имиджа. Технология формирования имиджа политического лидера. Основные социально-психологические функции массовой коммуникации, влияющие на формирование имиджа политика. Группы черт политика, входящие в структуру имиджа. Этапы конструирования и функционирования политического имиджа. Роль внешнего облика политика в восприятии его политического имиджа. Жест как средство коммуникации. Имидж мужчины-политика. Имидж женщины-политика. Имиджи политических врагов. Имиджи политических партий. Политическая мифология. Имиджмейкер и его роль.

#### **Тема 6. Политическая имиджелогия: понятие, классификация политического имиджа.**

Понятие, классификация политического имиджа. Место и функции персонального имиджа в политике. Пути построения политического имиджа. Трехфакторная модель организации имиджелогического пространства. Визуальное измерение имиджа. Контекстное измерение имиджа. Законы сочетания имиджей. Субъект-субъектное взаимодействие в политических коммуникациях.

### **5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 апреля 2017 года №301)

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-996ин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Правила внутреннего распорядка федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Локальные нормативные акты Казанского (Приволжского) федерального университета

### **6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)**

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) включает оценочные материалы, направленные на проверку освоения компетенций, в том числе знаний, умений и навыков. Фонд оценочных средств включает оценочные средства текущего контроля и оценочные средства промежуточной аттестации.

В фонде оценочных средств содержится следующая информация:

- соответствие компетенций планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю);
- критерии оценивания сформированности компетенций;
- механизм формирования оценки по дисциплине (модулю);
- описание порядка применения и процедуры оценивания для каждого оценочного средства;
- критерии оценивания для каждого оценочного средства;
- содержание оценочных средств, включая требования, предъявляемые к действиям обучающихся, демонстрируемым результатам, задания различных типов.

Фонд оценочных средств по дисциплине находится в Приложении 1 к программе дисциплины (модулю).

### 7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Освоение дисциплины (модуля) предполагает изучение основной и дополнительной учебной литературы. Литература может быть доступна обучающимся в одном из двух вариантов (либо в обоих из них):

- в электронном виде - через электронные библиотечные системы на основании заключенных КФУ договоров с правообладателями;
- в печатном виде - в Научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского. Обучающиеся получают учебную литературу на абонементе по читательским билетам в соответствии с правилами пользования Научной библиотекой.

Электронные издания доступны дистанционно из любой точки при введении обучающимся своего логина и пароля от личного кабинета в системе "Электронный университет". При использовании печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован ими из расчета не менее 0,5 экземпляра (для обучающихся по ФГОС 3++ - не менее 0,25 экземпляра) каждого из изданий основной литературы и не менее 0,25 экземпляра дополнительной литературы на каждого обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих данную дисциплину.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля), находится в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины. Он подлежит обновлению при изменении условий договоров КФУ с правообладателями электронных изданий и при изменении комплектования фондов Научной библиотеки КФУ.

### 8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Рекламный бизнес - [www.adbusiness.ru](http://www.adbusiness.ru)

Теория и практика общественного развития. Международный научный журнал - [www.teoria-practica.ru](http://www.teoria-practica.ru)

Энциклопедия маркетинга - [www.marketing.spb.ru](http://www.marketing.spb.ru)

### 9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	<p>Методические рекомендации при работе над конспектом лекций во время проведения лекции. В ходе лекционных занятий вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций. В ходе подготовки к семинарам изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обращаться за методической помощью к преподавателю. Составить план-конспект своего выступления. Продумать примеры с целью обеспечения тесной связи изучаемой теории с реальной жизнью. Своевременное и качественное выполнение самостоятельной работы базируется на соблюдении настоящих рекомендаций и изучении рекомендованной литературы. Студент может дополнить список рекомендованной литературы современными источниками, не представленными в списке рекомендованной литературы, и в дальнейшем использовать собственные подготовленные учебные материалы при написании курсовых и дипломных работ.</p>

Вид работ	Методические рекомендации
практические занятия	<p>Одной из важных форм самостоятельной работы является подготовка к практическому занятию. При подготовке к практическим занятиям студент должен придерживаться следующей технологии: 1. внимательно изучить основные вопросы темы и план практического занятия, определить место темы занятия в общем содержании, ее связь с другими темами; 2. найти и проработать соответствующие разделы в рекомендованных нормативных документах, учебниках и дополнительной литературе; 3. после ознакомления с теоретическим материалом ответить на вопросы для самопроверки; 4. продумать свое понимание сложившейся ситуации в изучаемой сфере, пути и способы решения проблемных вопросов; 5. продумать развернутые ответы на предложенные вопросы темы, опираясь на лекционные материалы, расширяя и дополняя их данными из учебников, дополнительной литературы.</p>
самостоя-	<p>При подготовке к самостоятельной работе студент должен придерживаться</p> <p><b>10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)</b></p> <p>Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем, представлен в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины (модуля).</p> <p>3. Внимательно прослушайте рекомендации преподавателя по выполнению самостоятельной работы. 4. Уточните время, отводимое на выполнение задания, сроки сдачи и форму отчета преподавателя. Внимательно изучите письменные и информационные рекомендации по выполнению самостоятельной работы. 5. Ознакомьтесь со списком литературы и источников по заданной теме самостоятельной работы. 7. Повторите необходимый для выполнения самостоятельной работы теоретический материал для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю) на вопросы самоконтроля по изученному материалу. 8. Подготовьте все необходимое для выполнения задания, рационально (удобно и правильно) расположите на рабочем столе. Не следует браться за работу, пока не подготовлено рабочее место. 9. Продумайте ход выполнения работы, составьте план, если это необходимо. 10. Если вы делаете общую работу обязательно сформулируйте и зафиксируйте в тетради (столы и стулья) и оснастите рабочую станцию оборудованием (стола и стулья) и обеспечьте доступ в электронные информационные ресурсы. 11. Организация самостоятельной работы группы. 12. В процессе выполнения самостоятельной работы обращайтесь за консультациями к преподавателю, чтобы вовремя скорректировать работу преподавателю для проверки точно в срок. 14. Участвуйте в обсуждении и оценке полученных результатов самостоятельной работы.</p> <p><b>11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)</b></p> <p>Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) включает следующие компоненты:</p> <p>1. Помещения для занятий, оборудованные современными компьютерными средствами (стола и стулья) и оснащенные современной техникой в соответствии с требованиями обеспечения доступа в электронные информационные ресурсы.</p> <p>2. Учебные аудитории для занятий, оборудованные современной техникой (стола и стулья).</p> <p>3. Компьютер и принтер для распечатки раздаточных материалов.</p> <p>4. Мультимедийная аудитория.</p> <p><b>12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья</b></p>
	<p>При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися с ограниченными возможностями здоровья:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- создание текстовой версии любого текстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;</li> <li>- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры; предусмотреть возможность масштабирования текста и изображения, без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;</li> <li>- создание возможностей для обучающихся адаптировать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;</li> </ul> <p>- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;</p> <p>- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;</p> <p>- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;</p> <p>- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи;</p> <p>- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;</p> <p>- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;</p> <p>- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.</p>

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" и профилю подготовки "Реклама и связи с общественностью в различных сферах".



### Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в различных сферах

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2020

#### Основная литература:

1. Лысикова, О. В. Имиджелогия и паблик рилейшнз в социокультурной сфере: учебное пособие / О. В. Лысикова, Н. П. Лысикова. - 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2019. - 168 с. - ISBN 978-5-89349-853-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1048009> (дата обращения: 27.02.2020). - Режим доступа: по подписке.

2. 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 - Текст : электронный // ЭБС 'Консультант студента' : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756708196.html> (дата обращения: 27.02.2020). - Режим доступа: по подписке.

3. Андреева, С.В. Имиджелогия : конспект лекций для студентов, обучающихся по направлению подготовки 51.03.03 'Социально-культурная деятельность', профиль 'Постановка и продюсирована культурно-досуговых программ', квалификация (степень) выпускника 'бакалавр' / С.В. Андреева. - Кемерово : КемГИК, 2017. - 72 с. - ISBN 978-5-8154-0400-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1041245> (дата обращения: 27.02.2020). - Режим доступа: по подписке.

4. Кошлякова М. О. Технологии формирования имиджа/ М. О. Кошлякова. - Москва : РГУТиС, 2008. - 128 с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/365046> (дата обращения: 27.02.2020). - Режим доступа: по подписке.

5. Бизнес-коммуникации в сервисе: документационные, речевые, имиджевые и рекламные технологии : учебное пособие / О.Я. Гойхман, Л.М. Гончарова, М.О. Кошлякова, Т.М. Надеина ; под ред. О.Я. Гойхмана, Л.М. Гончаровой. - Москва : ИНФРА-М, 2020. - 229 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - DOI 10.12737/24602. - ISBN 978-5-16-012633-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1087046> (дата обращения: 27.02.2020). - Режим доступа: по подписке.

#### Дополнительная литература:

1. Чуланова, О.Л. Имиджелогия: учебно-методическое пособие / О.Л. Чуланова; Сургут, гос. ун-т. - Сургут: Издательство СурГУ, 2007. - 264 с. - ISBN 5-89545-235-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/504923> (дата обращения: 27.02.2020). - Режим доступа: по подписке.

2. Кошлякова, М. О. Социальное пространство имиджа: монография / Кошлякова М.О. - Москва : ИНФРА-М, 2016. - 152 с. (Научная мысль). - ISBN 978-5-16-006408-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/557157> (дата обращения: 27.02.2020). - Режим доступа: по подписке.

3. Кошлякова М. О. Имиджелогия. Вербализация имиджа: методические указания по выполнению самостоятельной работы для студентов, обучающихся по специальности 230500 Социально-культурный сервис и туризм / М. О. Кошлякова. - Москва : ГОУВПО МГУС, 2005. - 21 с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/364821> (дата обращения: 27.02.2020). - Режим доступа: по подписке.

**Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в различных сферах

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2020

Освоение дисциплины (модуля) предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows 7 Профессиональная или Windows XP (Volume License)

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 365 или Microsoft Office Professional plus 2010

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Adobe Reader XI или Adobe Acrobat Reader DC

Kaspersky Endpoint Security для Windows

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. 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, учебно-методические комплексы, 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 образования (ФГОС ВО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе Издательства "Лань", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС Издательства "Лань" включает в себя электронные версии книг издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы, а также электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам. ЭБС Издательства "Лань" обеспечивает доступ к научной, учебной литературе и научным периодическим изданиям по максимальному количеству профильных направлений с соблюдением всех авторских и смежных прав.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "Консультант студента", доступ к которой предоставлен обучающимся. Многопрофильный образовательный ресурс "Консультант студента" является электронной библиотечной системой (ЭБС), предоставляющей доступ через сеть Интернет к учебной литературе и дополнительным материалам, приобретенным на основании прямых договоров с правообладателями. Полностью соответствует требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования к комплектованию библиотек, в том числе электронных, в части формирования фондов основной и дополнительной литературы.