

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"  
Институт управления, экономики и финансов  
Центр бакалавриата Менеджмент



УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по образовательной деятельности КФУ  
Проф. Д. А. Таюрский  
ДЕПАРТАМЕНТ  
ОБРАЗОВАНИЯ  
(ДО КФУ)



« 01 » ИЮНЯ 2021 г.

*подписано электронно-цифровой подписью*

## Программа дисциплины

Управление имиджем предпринимательской структуры

Направление подготовки: 38.03.02 - Менеджмент

Профиль подготовки: Предпринимательство

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2022

## 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. Сафина А.А. (кафедра общего менеджмента, Институт управления, экономики и финансов), AASafina@kpfu.ru

**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
ПК-4	Владеет навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

- концепцию, слагаемые и типы имиджа;
- составляющие внутреннего и внешнего имиджа фирмы, способы их построения;

Должен уметь:

- диагностировать отдельные характеристики предпринимательской структуры и персоны в целях проектирования имиджа;
- анализировать имидж личности и предпринимательской структуры;

Должен владеть:

- способами организации работы по управлению имиджем;
- навыками формирования внешнего и внутреннего имиджа предпринимательской структуры

Должен демонстрировать способность и готовность:

Должен демонстрировать способность и готовность:

- диагностики состояния внутреннего и внешнего имиджа компании;
- умение формировать имидж компании на основе теоретических знаний и практических навыков;
- использовать современные методики формирования имиджа компании.

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

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.В.ДВ.07.01 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 38.03.02 "Менеджмент (Предпринимательство)" и относится к дисциплинам по выбору части ОПОП ВО, формируемой участниками образовательных отношений.

Осваивается на 4 курсе в 8 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 4 зачетных(ые) единиц(ы) на 144 часа(ов).

Контактная работа - 64 часа(ов), в том числе лекции - 32 часа(ов), практические занятия - 32 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 80 часа(ов).

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

Форма промежуточного контроля дисциплины: зачет в 8 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	Се-местр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)						Само-стоя-тельная ра-бота
			Лекции, всего	Лекции в эл. форме	Практи-ческие занятия, всего	Практи-ческие в эл. форме	Лабора-торные работы, всего	Лабора-торные в эл. форме	
1.	Тема 1. Имидж и его роль в деловой жизни	8	4	0	2	1	0	0	5
2.	Тема 2. Концептуальные модели корпоративного имиджа	8	4	0	4	1	0	0	5
3.	Тема 3. Корпоративная репутация в системе имиджирования	8	4	0	4	0	0	0	5
4.	Тема 4. Корпоративная философия ? фундамент имиджа организации	8	4	0	4	0	0	0	5
5.	Тема 5. Основы технологии формирования внешнего имиджа фирмы	8	4	0	4	1	0	0	10
6.	Тема 6. Основы технологии формирования внутреннего имиджа фирмы	8	4	0	4	1	0	0	10
7.	Тема 7. Сохранение и защита позитивного имиджа организации	8	4	0	4	2	0	0	10
8.	Тема 8. Персональный деловой имидж: структура, факторы	8	4	0	4	2	0	0	10
9.	Тема 9. Самопознание - фундамент персонального имиджа	8	0	0	2	0	0	0	10
10.	Тема 10. Цветовой имидж личности	8	0	0	0	0	0	0	5
11.	Тема 11. Презентация образа с помощью одежды	8	0	0	0	0	0	0	5
	Итого		32	0	32	8	0	0	80

**4.2 Содержание дисциплины (модуля)**

**Тема 1. Имидж и его роль в деловой жизни**

Современное значение термина ?имидж?. Круг носителей имиджа: личности, организации, профессии, товары и т.д. Концептуальные характеристики имиджа. Разновидности имиджа.

Имидж как предмет внимания науки. Тематика исследований, дисциплинарные подходы. Имиджелогия как наука о стратегии, тактике и технологии создания позитивного имиджа. Профессия имиджмейкера. Службы и специалисты по созданию имиджа на предприятии. Роль службы по связям с общественностью в создании имиджа организации.

Субъекты имиджирования. Атрибуты, факторы и компоненты имиджа.

Значение персонального имиджирования. Роль корпоративного имиджирования. Имидж как средство реализации деловых целей. Денежное измерение имиджа.

Имидж и подлинность. Недопустимость злоупотреблений имиджированием.

**Тема 2. Концептуальные модели корпоративного имиджа**

Парадигмальный сдвиг в исследованиях корпоративного имиджа: акцент на особенностях получателя имиджформирующей информации. Традиционная и современная модели коммуникации и имиджа. Понимание источников, факторов, структуры имиджа, связи имиджа с поведением потребителей и корпоративной идентичностью в традиционной и современной моделях.

**Тема 3. Корпоративная репутация в системе имиджирования**

Определение имиджа и репутации в отечественной и зарубежной науке.

Возрастание внимания теоретиков и практиков к корпоративной репутации. ?Аналоговая школа? о корпоративном имидже и корпоративной репутации.

Дифференцирующая школа о корпоративной имидже и корпоративной репутации.

Факторы корпоративной репутации. Измерение корпоративной репутации.

**Тема 4. Корпоративная философия ? фундамент имиджа организации**

Понятие корпоративной философии. Основополагающая роль корпоративной философии в формировании имиджа фирмы.

Исследование связи корпоративной философии и успешности работы организации.

Формы декларирования корпоративной философии. Практика структурирования деклараций философии организации. Миссия организации. Ценности организации. Принципы деятельности организации. Цели и стратегия организации.

Рекомендации по разработке декларации философии формы.

### **Тема 5. Основы технологии формирования внешнего имиджа фирмы**

Функции внешнего имиджирования. Идентификация, акцентуация и продвижение в технологии формирования внешнего имиджа. Проектирование корпоративного имиджа. Технические задачи имиджевых коммуникаций.

Определение целевых аудиторий.

Разработка компонентов внешнего имиджа организации. Фирменное наименование и аббревиатура, торговая марка, логотип и фирменная шрифтовая надпись, девиз и слоган, лозунг, знамя, флаг, вымпел, фирменный цвет, внешний вид персонала, дизайн интерьера и экстерьера, фирменные бланки, брошюры, рекламные проспекты, упаковочный материал и т.д.

Создание сообщений. Способы передачи сообщений. Взаимодействие с органами массовой информации. Имиджевые рекламные кампании. Имиджевая общественная деятельность.

### **Тема 6. Основы технологии формирования внутреннего имиджа фирмы**

Целенаправленное управление внутренней коммуникацией в целях имиджирования..

Обучение и консультирование, непосредственно направленные на поддержание имиджа организации в глазах персонала.

Программы стимулирования труда и формирование позитивного имиджа организации. Программы стимулирования. Денежные и неденежные формы поощрения.

Кадровая политика предприятия как способ формирования внутреннего имиджа фирмы. Подбор персонала. Система профессиональной адаптации, продвижения и ротации. Повышение уровня профессиональных знаний. Тренинги знаний и навыков.

Поддержание благоприятного социально-психологического климата. Организация неформального общения сотрудников. Формы отдыха, обеспечивающие сплочение коллектива.

### **Тема 7. Сохранение и защита позитивного имиджа организации**

Аспекты сохранения и защиты позитивного имиджа.

Поддержание провозглашенных корпоративных стандартов: добросовестность в служении декларируемым принципам, подтверждение качества работы престижными наградами и сертификатами, членство в авторитетных организациях, поддержание профессиональных стандартов, антикризисный PR.

Изменчивость и устойчивость имиджа.

Мониторинг корпоративного имиджа.

### **Тема 8. Персональный деловой имидж: структура, факторы**

Понятия личностного персонального, профессионального, делового имиджа.

Факторы и компоненты персонального делового имиджа. Внешние факторы персонального делового имиджа: общие физические данные, мимика, одежда, жестикауляция, цветотип, макияж, аксессуары, типы лица, прическа и т.д.

Внутренние факторы, определяющие персональный деловой имидж: уровень нравственности, внешние данные, интеллектуальные, художественные, информационные качества личности, склонность к общению и лидерству, коммуникабельность, эмпатичность, психическое здоровье и др.

Нормативные ожидания относительно внешнего облика представителя той или иной профессии. Необходимость соответствия профессионального имиджа нормативным ожиданиям.

### **Тема 9. Самопознание - фундамент персонального имиджа**

Необходимость гармонии имиджа и индивидуальности личности. Приемы самоанализа, используемые в имиджировании.

Внутриличностная коррекция в системе способов имиджирования. Формирование позитивного отношения к себе. Устранение комплекса неполноценности. Освобождение от недостижимых стандартов.

?Я-концепция? ? основа персонального имиджа. Три уровня ?Я-концепции?. Анализ ?Я-внутреннего? и ?Я-зеркального?. Формулирование жизненных целей и ?Я-идеального?. Выбор модели внешнего облика в соответствии с идеальным Я.

### **Тема 10. Цветовой имидж личности**

Роль цвета одежды в создании имиджа. Типологии цветового имиджа личности. Теплые и холодные колориты.

Контрастные и неконтрастные цветотипы. Насыщенные и ?легкие? цветотипы. Типология К.Джексон: ?весна?, ?лето?, ?зима?, ?осень?. Тесты для диагностики природного цветотипа.

Идея цветовой гармонии ? основа построения цветового имиджа. Правила построения гармоничного цветового имиджа. Рекомендации для ?весны?, ?лета?, ?зимы?, ?осени? и промежуточных цветотипов. Дополнительные рекомендации по критериям ?насыщенность?, ?контрастность?.

#### **Тема 11. Презентация образа с помощью одежды**

Роль одежды в презентации образа. Диагностика типа отношения к одежде. Выбор стратегии самопрезентации в одежде. Алгоритм формирования образа с помощью одежды.

Общие правила подбора одежды. Выбор стиля одежды. Выбор манеры одеваться по критериям: отношение к моде и традициям, демонстрируемые мотивы выбора одежды, количество одежды, потребности, удовлетворяемые в одежде, параметры телосложения и др. Использование эффектов и иллюзий зрительного восприятия.

Запреты и рекомендации в деловой одежде женщины. Запреты и рекомендации в деловой одежде мужчины.

#### **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 науки и высшего образования Российской Федерации от 6 апреля 2021 года №245)

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-99бин/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

Управление имиджем компании - <http://zdamsam.ru/a24039.html>

Управление имиджем организации - <https://studfiles.net/preview/1603464/page:2/>

Формирование имиджа фирмы, поддержание и управление им - [https://studopedia.ru/6\\_15953\\_formirovanie-imidzha-firmi-podderzhanie-i-upravlenie-im.html](https://studopedia.ru/6_15953_formirovanie-imidzha-firmi-podderzhanie-i-upravlenie-im.html)

#### **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)

Управление имиджем компании - <http://zdamsam.ru/a24039.html>

Управление имиджем организации - <https://studfiles.net/preview/1603464/page:2/>

Формирование имиджа фирмы, поддержание и управление им -

[https://studopedia.ru/6\\_15953\\_formirovanie-imidzha-firmi-podderzhanie-i-upravlenie-im.html](https://studopedia.ru/6_15953_formirovanie-imidzha-firmi-podderzhanie-i-upravlenie-im.html)

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

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	Лекционные занятия являются видом аудиторных занятий, направленных на формирование научных основ изучения дисциплины. Лекционный материал подразделяется на модули, каждый из которого посвящен раскрытию определенного блока проблем изучаемой дисциплины. Тематика лекционных и практических занятий в определенной степени синхронизируются для того, чтобы материал, излагаемый в рамках лекционных занятий закрепить и расширить в условиях семинарских или практических занятий.
практические занятия	Практические занятия способствуют углубленному изучению наиболее сложных проблем изучаемой дисциплины и служат основной формой подведения итогов самостоятельной работы студентов. На практических занятиях студенты учатся грамотно грамматически и лексически излагать проблемы, свободно высказывать свои мысли и суждения, осуществлять диалогические высказывания в рамках заданной темы, а также профессионально и качественно выполнять практические задания по темам и разделам дисциплины. Все это помогает приобрести навыки и умения, необходимые современному специалисту и способствует развитию профессиональной компетентности. В качестве важного компонента обучения иностранным языкам выделяются учебные умения у студентов, необходимые для успешной учебной деятельности.
самостоятельная работа	Организация самостоятельной работы обучающегося предполагает в качестве своей цели формирование самостоятельного мышления и выработку умения самостоятельного обучения. В отборе содержания самостоятельной работы учитываются положения ФГОС 3+, научная, справочная и научно-популярная литература. Самостоятельная работа проводится под контролем преподавателя в форме плановых консультаций и форм отчетности. Для успешного изучения дисциплины необходимо в обязательном порядке посещать практические занятия, тщательно конспектировать обсуждаемый материал и правильно организовать самостоятельную работу.
зачет	Билет состоит из двух вопросов и оценка складывается следующим образом. На каждый вопрос можно набрать по 25 баллов. При этом существует следующая градация: 25 баллов - обучающийся излагает суть конспекта и дополняет своим материалом. 22 балла - обучающийся четко излагает суть конспекта 18 баллов - обучающийся ориентируется в конспекте, но недостаточно. 14 баллов - обучающийся слабо ориентируется в конспекте.

### 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем, представлен в Приложении 3 к рабочей программе дисциплины (модуля).

### **11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) включает в себя следующие компоненты:

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья) и оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КФУ.

Учебные аудитории для контактной работы с преподавателем, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья).

Компьютер и принтер для распечатки раздаточных материалов.

Мультимедийная аудитория.

Компьютерный класс.

### **12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- 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;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 38.03.02 "Менеджмент" и профилю подготовки "Предпринимательство".



Приложение 2  
к рабочей программе дисциплины (модуля)  
Б1.В.ДВ.07.01 Управление имиджем предпринимательской  
структуры

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

Направление подготовки: 38.03.02 - Менеджмент

Профиль подготовки: Предпринимательство

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2022

#### Основная литература:

1. Андреева, С.В. Имиджология [Электронный ресурс] : 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 07.06.2021)
2. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы [Электронный ресурс] : Учебное пособие / Шарков Ф.И., - 3-е изд. - М.: Дашков и К, 'Издательство Шаркова', 2017. - 270 с.: ISBN 978-5-394-02075-9 - Текст : электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/327924> (дата обращения 07.06.2021)
3. Социальное пространство имиджа [Электронный ресурс] : Монография / М.О. Кошлякова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 152 с.: 60x88 1/16. - (Научная мысль; Социология). (обложка) ISBN 978-5-16-006408-6, 200 экз. Текст : электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/376278> (дата обращения 07.06.2021)

#### Дополнительная литература:

1. Тихонова Е.В., Бунов Е.Г. Социология общественного мнения [Электронный ресурс] : учебник / Е.В. Тихонова, Е.Г. Бунов. - М. : ИНФРА-М, 2018. - 274 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). [www.dx.doi.org/10.12737/24742](http://www.dx.doi.org/10.12737/24742). Текст : электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/924697> (дата обращения 07.06.2021)
2. В предвкушении себя: От имиджа к стилю [Электронный ресурс] : / Хакамада И.М. - М.: Альпина Пабл., 2016. - 234 с.: ISBN 978-5-9614-5356-0 Текст : электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/912406> (дата обращения 07.06.2021)
3. Козырев Г.И. Социология общественного мнения [Электронный ресурс] : Учебное пособие / Г.И. Козырев. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). ISBN 978-5-8199-0607-1, 200 экз. Текст : электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/469741> (дата обращения 07.06.2021)

*Приложение 3  
к рабочей программе дисциплины (модуля)  
Б1.В.ДВ.07.01 Управление имиджем предпринимательской  
структуры*

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

Направление подготовки: 38.03.02 - Менеджмент

Профиль подготовки: Предпринимательство

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2022

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.