

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт филологии и межкультурной коммуникации
Высшая школа национальной культуры и образования им. Габдуллы Тукая



подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Имиджелогия и репутационные стратегии

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Бренд-коммуникации и дизайн рекламы

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: заочное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2024

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) Давлетшина Я.М. (Кафедра татаристики и культуроведения, Высшая школа национальной культуры и образования им. Габдуллы Тукая), YMDavletshina@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
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

- содержание и сущность основных теоретических подходов к проблеме формирования имиджа;
- типовые алгоритмы проектов по формированию и развитию имиджа;
- сущность и основные этапы развития имиджелогии;
- особенности построения образа с учетом знания законов искусства.

Должен уметь:

- анализировать, толковать и правильно применять обществоведческие и культурные понятия и знания;
- использовать в профессиональной деятельности терминологию имиджелогии;
- реализовывать проекты по формированию имиджа различных субъектов.

Должен владеть:

- навыками анализа материалов культуры и искусства (изобразительного, строения лица, тела, знаний сочетания цветов);
- основными приемами и техниками по формированию имиджа;
- приемами создания основы личного бренда и товарного бренда;
- навыками имиджирования в профессиональной сфере.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.О.10.07 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью (Бренд-коммуникации и дизайн рекламы)" и относится к обязательной части ОПОП ВО.

Осваивается на 4 курсе в 7 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 3 зачетных(ые) единиц(ы) на 108 часа(ов).

Контактная работа - 11 часа(ов), в том числе лекции - 4 часа(ов), практические занятия - 6 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 1 часа(ов).

Самостоятельная работа - 88 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 9 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: экзамен в 7 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. Тема 1. Имидж как историко-культурный феномен. История развития имиджелогии.	7	1	0	0	0	0	0	4
2.	Тема 2. Тема 2. Понятие об имидже, структура, функции имиджа.	7	1	0	0	0	0	0	10
3.	Тема 3. Тема 3. Имиджмейкинг и специфика работы имиджмейкера.	7	1	0	0	0	0	0	10
4.	Тема 4. Тема 4. Закономерности создания имиджэффекта	7	1	0	1	0	0	0	10
5.	Тема 5. Тема 5. Технологии построения имиджа. Инструментарий имиджелогии.	7	0	0	1	0	0	0	12
6.	Тема 6. Тема 6. Теоретические аспекты разработки имидж товара	7	0	0	1	0	0	0	10
7.	Тема 7. Тема 7. Корпоративный имидж. Формирование имиджа организации	7	0	0	1	0	0	0	10
8.	Тема 8. Тема 8. Имидж в различных сферах деятельности.	7	0	0	1	0	0	0	12
9.	Тема 9. Тема 9. Создание персонального имиджа	7	0	0	1	0	0	0	10
	Итого		4	0	6	0	0	0	88

4.2 Содержание дисциплины (модуля)**Тема 1. Тема 1. Имидж как историко-культурный феномен. История развития имиджелогии.**

Имидж: рождение понятия. Взаимосвязь имиджа и художественного образа. Имидж в истории. Цели и задачи имиджелогии. Теоретическая и прикладная имиджелогия. Имидж как предмет имиджелогии. Связь имиджелогии с другими науками. Имидж в структуре коммуникативного пространства. Современные коммуникационные технологии, используемые в создании имиджа. Типы имиджей.

Тема 2. Тема 2. Понятие об имидже, структура, функции имиджа.

Сущность, содержание понятия "имидж" и подходы к пониманию феномена имиджа в современной науке и практике. Имидж в системе индивидуального поведения и социального влияния. Имидж с точки зрения "пиарологии". Основные функции имиджа. Классификация имиджа. Содержание понятия "имиджмейкинг". Составляющие процесса управления имиджем. Понятие "имиджформирующая информация". Виды имиджформирующей информации. Каналы имиджформирующей информации. Стратегия формирования имиджа

Тема 3. Тема 3. Имиджмейкинг и специфика работы имиджмейкера.

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. Профессиональные обязанности имиджмейкера, особенности построения взаимоотношений с клиентом. Профессиональная этика имиджмейкера и проблемы, связанные с ее нарушением. Проблемы управления массовым сознанием и поведением в работе имиджмейкера.

Тема 4. Тема 4. Закономерности создания имиджэффекта

Потребности как психологические предпосылки возникновения индустрии имиджа. Коммуникационная модель формирования имиджа. Каналы передачи информации. Тройственное понимание субъекта имиджа: субъект воспринимающий (аудитория), субъект транслирующий (прообраз) и субъект формирующий (имиджмейкер). Формирование имиджа как субъект-субъектное взаимодействие. Формирование имиджа как создание социальной реальности в сознании людей. Общественное мнение общественное сознание. Когнитивные процессы в основе формирования имиджа. Социальные стереотипы и установки. Значение и личностный смысл. Семиотические процессы формирования имиджа. Психологический механизм принятия информации (феномен когнитивного равновесия). Виды психологической защиты, блокирующие информационное воздействие. Эффекты межличностного восприятия. Ошибки восприятия: их предупреждение и преодоление. Общественное настроение и социальный стереотип. Стихийное и целенаправленное формирование имиджа. Приемы создания имиджэффекта (использование фасцинации, аттракции и др.). Роль средств массовой информации в создании эффективного имиджа.

Тема 5. Технологии построения имиджа. Инструментарий имиджелогии.

Позиционирование как основная стратегия построения имиджа. Мифы и символы в имиджелогии. 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. Формирование мнения: сознательная и бессознательная компоненты. Виды информации и каналы ее распространения, существенные для построения имиджа. Основные принципы и этапы формирования имиджа.

Тема 6. Теоретические аспекты разработки имиджа товара

Подходы в маркетинге и менеджменте к созданию имиджа товара. Психологическое исследование потребительской аудитории. Анализ потребностей человека и мотивов потребителей. Рациональный и бессознательный компоненты образа. Изучение стиля жизни потребителей и сегментирование рынка. Американская (VALS1, VALS2) и европейская системы сегментирования рынка. Функциональные и психологические преимущества объекта и их использование при разработке имиджа товара. Методы оценки имиджа товара. Характеристика рекламы, ее виды. Рекомендации по разработке товарного знака и слогана. Влияние цвета и формы на психическое состояние человека. Учет закономерностей памяти и внимания.

Тема 7. Корпоративный имидж. Формирование имиджа организации

Понятие имиджа и репутации организации. Понятие технологий формирования имиджа организации. Роль философии фирмы в создании ее образа в общественном мнении. Имидж и паблисити. Функции и основные компоненты корпоративного имиджа. Компоненты фирменного стиля. Методы создания корпоративных ПР-обращений. Визуальная составляющая имиджа организации. Использование возможностей сети Интернет в процессе формирования имиджа компании. Событийные мероприятия как инструмент создания имиджа организации. Технологии формирования внутреннего имиджа организации.

Тема 8. Имидж в различных сферах деятельности.

Специфика имиджа в государственном управлении, дипломатии, политике. Имидж политического лидера, руководителя и корпоративный имидж. Паблик Рилейшнз, как технологический инструмент формирования имиджа политического лидера. Имидж в искусстве, культуре и шоу-бизнесе. Имидж в рекламе и PR-деятельности. Имидж различных субкультур. Инструментарий личного контакта в различных типах имиджа.

Тема 9. Создание персонального имиджа

Атрибуты и факторы персонального имиджа. Формирование персонального имиджа. Методика создания персонального имиджа. Навыки эффективной самопрезентации имиджа (самомаркетинг, техники эффективного общения, вербальные и невербальные средства трансляции имиджа, стратегии эффективного влияния, синтоническая модель общения, психотехника формирования аттракции и др.). Критерии оценки имиджа: самоощущение, появление планируемых оценок со стороны окружающих, практическое достижение планируемой интеракции при субъективной уверенности, что она достигнута при помощи имиджа. Имидж и должностные обязанности специалиста по социальным коммуникациям (ФГОС, профстандарт, "Атлас новых профессий" и др.). Психологические методики оценки имиджа. Портфолио как форма трансляции персонального имиджа. Проблема индивида и индивидуальности в психологии. Внешняя и внутренняя мотивация по созданию имиджа. Имидж, ориентированный на самоощущение и имидж, ориентированный на восприятие. Понятия "Я-концепции" и "Я-образа". Соотношение "Я-реального", "Я-идеального" и "Образа Я у других" в структуре имиджа личности. Механизмы каузальной атрибуции. Имплиcitная теория личности. Закономерности зрительного восприятия лица и фигуры человека. Психологическая характеристика стилей одежды.

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

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)

АЗЫ ИМИДЖЕЛОГИИ: имидж личности, организации, территории - <http://elar.uspu.ru/bitstream/uspu/5934/1/uch00161.pdf>

Имиджология. Инструменты создания имиджа - <https://www.youtube.com/watch?v=roxWv0wFbZo>

Рекламный бизнес - www.adbusiness.ru

Энциклопедия маркетинга - www.marketing.spb.ru

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

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	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 использованной литературы современными источниками, не представленными в списке рекомендованной литературы, и в дальнейшем использовать собственные подготовленные учебные материалы при написании курсовых и дипломных работ.
практические занятия	Одной из важных форм самостоятельной работы является подготовка к практическому занятию. При подготовке к практическим занятиям по дисциплине "Имиджология" 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.
самостоятельная работа	При подготовке к самостоятельной работе студент должен придерживаться следующей технологии 1. Внимательно выслушайте или прочитайте тему и цели самостоятельной работы. 2. Обсудите текст задания с преподавателем и группой, задавайте вопросы - нельзя оставлять невыясненными или непонятыми ни одного слова или вопроса. 3. Внимательно прослушайте рекомендации преподавателя по выполнению самостоятельной работы. 4. Уточните время, отводимое на выполнение задания, сроки сдачи и форму отчета у преподавателя. 5. Внимательно изучите письменные методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы. 6. Ознакомьтесь со списком литературы и источников по заданной теме самостоятельной работы. 7. Повторите необходимый для выполнения самостоятельной работы теоретический материал по конспектам лекций и другим источникам, ответьте на вопросы самоконтроля по изученному материалу. 8. Подготовьте все необходимое для выполнения задания, рационально (удобно и правильно) расположите па 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 сообщение, то обязательно прочтите текст медленно вслух, обращая особое внимание на произношение новых терминов и стараясь запомнить информацию. 11. Если при выполнении самостоятельной работы применяется групповое или коллективное выполнение задания, старайтесь поддерживать в коллективе нормальный психологический климат, грамотно распределить обязанности. Вместе проводите анализ и самоконтроль организации самостоятельной работы группы. 12. В процессе выполнения самостоятельной работы обращайтесь за консультациями к преподавателю, чтобы вовремя скорректировать свою деятельность, проверить правильность выполнения задания. 13. Сдайте готовую работу преподавателю для проверки точно в срок. 14. Участвуйте в обсуждении и оценке полученных результатов самостоятельной работы.

Вид работ	Методические рекомендации
экзамен	При оформлении экзаменационных билетов (профессиональных задач) выполняются следующие этапы: комплект билетов (первый экземпляр) утверждается заведующий кафедрой соответствующей специальности, который хранится у заведующего кафедрой (на кафедре), несущего ответственность за актуализацию и сохранность билетов. Второй экземпляр используется для проведения экзамена, на каждом билете ставится подпись зав. кафедрой и печать деканата. Требования к уровню подготовки студента по дисциплине на экзамене составляются на основе государственных требований к минимуму содержания и уровню подготовки выпускника по конкретной специальности с учетом региональных особенностей и формы проведения экзамена, зачета (письменно, устно), форма изложения данных требований определяется кафедрой. Экзаменационный ответ оценивается по 4-х бальной системе, в соответствии с которой выставляются оценки "отлично", "хорошо", "удовлетворительно", "неудовлетворительно". Экзамен сдается по билетам, в каждом из которых присутствует по два вопроса. На экзамене студенту необходимо: 1. Интегрировать знания, полученные на лекциях, практических занятиях, при освоении научно-критической литературы. 2. Анализировать тексты современных массовых коммуникаций, владеть навыками жанрового и стилистического анализа. 3. Показать понимание основных положений научной литературы, применять полученные теоретические знания на языковой практике.

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.

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 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" и профилю подготовки "Бренд-коммуникации и дизайн рекламы".

*Приложение 2
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.О.10.07 Имиджелогия и репутационные стратегии*

Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Бренд-коммуникации и дизайн рекламы

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: заочное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2024

Основная литература:

1. 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.
2. 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.
3. 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.
4. 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, 2018. - 229 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - www.dx.doi.org/10.12737/24602. - ISBN 978-5-16-102396-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/943272> (дата обращения: 27.02.2021). - 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: 27.02.2021). - 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.

Приложение 3
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.О.10.07 Имиджология и репутационные стратегии

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: Бренд-коммуникации и дизайн рекламы

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: заочное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2024

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.