

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

 Е.А. Турилова

28 февраля 2025 г.

*подписано электронно-цифровой подписью*

## Программа дисциплины

Управление имиджем компании

Направление подготовки: 38.03.02 - Менеджмент

Профиль подготовки: Международный бизнес

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2025

## 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. Павлова Х.А. (кафедра общего менеджмента, Институт управления, экономики и финансов), KhrAPavlova@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-5	Способен устанавливать деловые контакты для расширения международных связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

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

Должен уметь:

- диагностировать отдельные характеристики фирмы и персоны в целях проектирования имиджа;
- анализировать имидж личности и предприятия;

Должен владеть:

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

Должен демонстрировать способность и готовность:

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

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

Должен уметь:

Студент должен уметь:

- диагностировать отдельные характеристики фирмы и персоны в целях проектирования имиджа;
- анализировать имидж личности и предприятия;

Должен владеть:

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

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

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.В.ДВ.01.02 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 38.03.02 "Менеджмент (Международный бизнес)" и относится к дисциплинам по выбору части ОПОП ВО, формируемой участниками образовательных отношений.

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 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 с оценкой 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	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 и его роль в деловой жизни	5	2	0	2	0	0	0	10
2.	Тема 2. Тема 2. Концептуальные модели корпоративного имиджа	5	2	0	2	0	0	0	10
3.	Тема 3. Тема 3. Корпоративная репутация в системе имиджирования	5	6	0	6	0	0	0	10
4.	Тема 4. Тема 4. Корпоративная философия фундамент имиджа организации	5	4	0	6	0	0	0	10
5.	Тема 5. Тема 5. Основы технологии формирования внешнего имиджа фирмы	5	6	0	6	0	0	0	10
6.	Тема 6. Тема 6. Основы технологии формирования внутреннего имиджа фирмы	5	6	0	4	0	0	0	10
7.	Тема 7. Тема 7. Сохранение и защита позитивного имиджа организации	5	4	0	4	0	0	0	10
8.	Тема 8. Тема 8. Персональный деловой имидж: структура, факторы	5	2	0	2	0	0	0	10
	Итого		32	0	32	0	0	0	80

#### 4.2 Содержание дисциплины (модуля)

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

1. Сущность и содержание термина "имидж"

2. Имиджеология как наука.

3. Субъекты имиджирования.

4. Проблемы в формировании имиджа компании.

Сущность понятия имидж, репутация и престиж. История развития имиджеологии. Основные субъекты имиджирования: организация, товар, руководитель организации, страна, профессия и тд.

##### Тема 2. Тема 2. Концептуальные модели корпоративного имиджа

1. Парадигмальный сдвиг в исследованиях корпоративного имиджа.

2. Традиционная и современная модели коммуникации и имиджа.

3. Источники, факторы и структура имиджа.

В чем и как изменились модели коммуникаций и имиджа. Основная современная модель формирования имиджа организации. История развития PR и маркетинга.

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

1. Понятия "репутация", "корпоративная репутация".
2. Аналоговая школа о формировании корпоративной репутации.
3. Факторы корпоративной репутации.

Сущность понятия репутация и корпоративная репутация. Особенности формирования корпоративной репутации. Факторы, влияющие на репутацию. Элементы корпоративной репутации.

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

1. Понятие "корпоративная философия", сущность и содержание.
2. Роль и место корпоративной философии в управлении компании.
3. Стратегическое видение жизненного цикла компании в корпоративной философии.
4. Формы декларирования корпоративной философии.
5. Практика применения корпоративной философии в разработке миссии организации.

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

1. Понятие внешнего имиджа компании.
  2. Функции внешнего имиджирования.
  3. Проектирование внешнего корпоративного имиджа.
  4. Проблема идентификации и продвижения внешнего имиджа.
  5. Имиджевые коммуникации: работа с контрагентами.
  6. Разработка компонентов внешнего имиджа организации.
- Разбор внешнего имиджа организации.

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

1. Понятие внутреннего имиджа компании.
2. Проблема управления внутренним имиджем: диагностика и целеполагание.
3. Социальные технологии во внутреннем имиджировании.
4. Стимулирование труда, мотивация как способ формирования внутреннего имиджа компании.
5. Кадровая политика предприятия.
6. Поддержание благоприятного социально-психологического климата.

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

1. Проблема сохранения и развития корпоративного имиджа.
2. Корпоративные стандарты как способ сохранения имиджа.
3. Изменчивость и устойчивость имиджа.
4. Методы мониторинга корпоративного имиджа.

Основные способы защиты имиджа организации. Факторы влияющие на имидж организации. Инструменты анализа имиджа.

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

1. Личный персональный, профессиональный имидж: сущность и особенности.
  2. Внутренние факторы персонального имиджа.
  3. Внешние факторы персонального имиджа.
  4. Нормативные ожидания относительно внешнего облика работника.
  5. Способы формирования и поддержания персонального имиджа.
- Разбор факторов персонального имиджа.

## **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)**

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 с оценкой	Подготовка к зачету с оценкой является заключительным этапом изучения дисциплины и является средством текущего контроля. В процессе подготовки к зачету с оценкой выявляются вопросы, по которым нет уверенности в ответе либо непонятно как выполняется практическое задание. Данные вопросы можно уточнить у преподавателя.

#### **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.

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 "Международный бизнес".



*Приложение 2*  
*к рабочей программе дисциплины (модуля)*  
*Б1.В.ДВ.01.02 Управление имиджем компании*

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

Направление подготовки: 38.03.02 - Менеджмент

Профиль подготовки: Международный бизнес

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2025

**Основная литература:**

1. Андреева, С.В. Имиджелогия [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: 30.01.2022). - Режим доступа: по подписке.
2. Шарков, Ф. И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - 5-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К-', 2020. - 270 с. - ISBN 978-5-394-03640-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093679> (дата обращения: 30.01.2022). - Режим доступа: по подписке.
3. Кошлякова, М. О. Социальное пространство имиджа : монография / М.О. Кошлякова. - Москва : ИНФРА-М, 2022. - 153 с. - (Научная мысль). - ISBN 978-5-16-006408-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1859843> (дата обращения: 08.01.2025). - Режим доступа: по подписке.

**Дополнительная литература:**

1. Тихонова, Е. В. Социология общественного мнения : учебник / Е.В. Тихонова, Е.Г. Бунов. - Москва : ИНФРА-М, 2023. - 274 с. - (Высшее образование). - DOI 10.12737/24742. - ISBN 978-5-16-018586-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2023167> (дата обращения: 08.01.2025). - Режим доступа: по подписке.
2. В предвкушении себя: От имиджа к стилю / И.М.Хакамада. - М.:Альпина Пабли., 2016. - 234 с.: ISBN 978-5-9614-5356-0 - Текст : электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/912406> (дата обращения: 30.01.2022). - Режим доступа: по подписке.
3. Козырев, Г. И. Социология общественного мнения : учебное пособие / Г. И. Козырев. - Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2022. - 224 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0607-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1852243> (дата обращения: 08.01.2025). - Режим доступа: по подписке.

*Приложение 3  
к рабочей программе дисциплины (модуля)  
Б1.В.ДВ.01.02 Управление имиджем компании*

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

Направление подготовки: 38.03.02 - Менеджмент

Профиль подготовки: Международный бизнес

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2025

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.