

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Воронежский филиал

Международно-правовой факультет

Кафедра моделирования и организации социальных систем

Утверждена
решением кафедры моделирования и
организации социальных систем
Протокол № 2 от «28» сентября 2016 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА АДАПТАЦИОННОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.08.01 «Имиджелогия»

по направлению подготовки

38.03.02 «Менеджмент»

«Управление человеческими ресурсами»

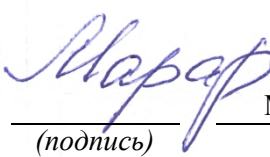
квалификация бакалавр

очная форма обучения


год набора 2014

Воронеж, 2016 г.

Автор–составитель:

Доцент, доктор социологических наук, профессор	Моделирования и организации социальных систем		Марар О.И..
<hr/> <i>(ученое звание, ученая степень, должность)</i>	<hr/> <i>наименование кафедры</i>	<hr/> <i>(подпись)</i>	<hr/> <i>(Ф.И.О.)</i>

Заведующий кафедрой

Моделирования и организации социальных систем	Профессор, доктор технических наук		Лещенко Е.М.
<hr/> <i>наименование кафедры</i>	<hr/> <i>(ученое звание, ученая степень)</i>	<hr/> <i>(подпись)</i>	<hr/> <i>(Ф.И.О.)</i>

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы.....	4
3. Содержание и структура дисциплины.....	5
4. Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине.....	6
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	15
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	15
6.1. Основная литература	15
6.2. Дополнительная литература.....	15
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы	16
6.4. Нормативно-правовые документы	16
6.5. Интернет-ресурсы.....	16
6.6. Справочные системы	16
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	16

ДПК – 6 Способность конструировать имидж любого субъекта в профессиональной деятельности.

- способность к изучению теоретических основ общих и отраслевых общественных отношений.
- способность к анализу информационных потоков между органами власти и ключевыми группами общественности при формировании имиджа государственной и муниципальной службы;

- 1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть:**

- сформированы умения:

- анализировать коммуникационные процессы в социуме;
- устанавливать и вести устойчивые коммуникационно - информационные связи с различными группами общественности,
- выбирать методы формирования общественной поддержки принимаемых органом власти решений и программ,
- использовать ресурсы продвижения положительного имиджа органа власти в глазах населения.

- сформированы навыки:

- способности использовать инструментарий к самопрезентации
- способности к разработке позитивного имиджа органа власти и его руководителя.
- способности и готовности к формированию общественного мнения и настроения.

Очная форма. Дисциплина Б1.В.ДВ.08.01 «Имиджелогия» относится к дисциплинам части Б.1. Вариативной части блока Б.1. В.ДВ. дисциплин ОП ВО направления 38.03.02 «Менеджмент». Освоение дисциплины осуществляется в 7 семестре 4 курса. Общая трудоёмкость дисциплины 3 ЗЕ.

Освоение дисциплины опирается на приобретенные ранее умения и навыки в ходе изучения дисциплин базового блока, а также компетентностно связанных дисциплин вариативной части, в частности «Организационная культура», «Организационное поведение», «Управление общественными отношениями»

Общее количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем:

Вид учебных занятий и самостоятельная работа	Объем дисциплины, час.									
	Всего	Семестр								
		1	2	3	4	5	6	7	8	
<i>Очная форма обучения</i>										

Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:		54						54	
лекционного типа (Л)		18						18	
практического (семинарского) типа (ПЗ)		36						36	
Самостоятельная работа обучающихся (СР)		54						54	
Промежуточная аттестация	форма	зачет						зачет	
	час.	3						3	
Общая трудоемкость (час. / з.е.)		108/3						108/3	

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – зачет.
Зачет проводится посредством устного ответа на вопросы зачета.

3. Содержание и структура дисциплины

Таблица 2.1

№ п/п	Наименование тем	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемос ти**, промежудо чной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	Введение в дисциплину Имиджелогия. Сущность, функции, структура	12	2		4		6	О, Т, ПЗ
Тема 2	Имидж-стратегия. Этапы управления имиджем	12	2		4		6	О, ПЗ, Т
Тема 3	Инструментарий имиджелогии	12	2		4		6	О, ПЗ,
Тема 4	Специфика построения персонального имиджа	12	2		4		6	О, ПЗ,
Тема 5	Физиогномика, кинесика и стилистика в формировании имиджа. Динамический имидж	12	2		4		6	О, ПР, ПЗ
Тема 6	Персональный деловой имидж. Имидж руководителя	12	2		4		6	О, ПЗ, Д
Тема 7	Корпоративный имидж	12	2		4		6	О, ПЗ, Д,
Тема 8	Типы имиджа в различных областях человеческой деятельности	12	2		4		6	О, ПЗ, Д
Тема 9	Политический имидж	12	2		4		6	О, ПЗ, Ф
Промежуточная аттестация		36				36		Зачет
Всего:		108	18	0	36	0	54	

примечание:

** - формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), презентация (ПР), доклад (Д), практическое задание (ПЗ), обсуждение фильма (Ф) и др.

Содержание дисциплины

Тема 1 Введение в дисциплину Имиджелогия. Сущность, функции, структура

Определение предметной области имиджологии. Место имиджологии в ряду научных дисциплин. Ветви имиджологии. Функции имиджа. Структура имиджа.

Тема 2 Имидж-стратегия. Этапы управления имиджем

Основные имидж-стратегии. Этапы формирования имиджа. Методы изучения идеального и текущего имиджа.

Тема 3 Инструментарий имиджологии

Понятие инструментария в имиджологии и специфика его использования. Основные инструменты: позиционирование, манипулирование, мифологизация. Приемы формирования имиджа

Тема 4 Специфика построения персонального имиджа

Персональный имидж и составляющие имиджа личности. «Я-концепция» как ядро персонального имиджа. Факторы восприятия личности в общественном сознании. Создание сообщения о себе. Типы самопрезентации.

Тема 5 Физиогномика, кинесика и стилистика в формировании имиджа. Динамический имидж

Физиогномика и ее объект. Кинетический имидж. Вербальный имидж. Стилистика и ее составляемые. Динамический имидж.

Тема 6 Персональный деловой имидж. Имидж руководителя

Понятие персонального делового имиджа. Атрибуты и факторы делового имиджа. Основы формирования персонального делового имиджа. Имидж руководителя. Создание делового образа с помощью макияжа, одежды, аксессуаров.

Тема 7 Корпоративный имидж

Концептуальные модели корпоративного имиджа. Корпоративная философия и формирование имиджа организации. Технологии формирования внешнего имиджа организации. Внутренний имидж организации. Информационно-коммуникационное сопровождение имиджевых программ.

Тема 8 Типы имиджа в различных областях человеческой деятельности

Специфика имиджа в государственном управлении и дипломатии. Имидж страны, региона, города. Имидж в искусстве и шоу-бизнесе. Имидж в торговле и экономике. Имидж в рекламе.

Тема 9 Политический имидж

Понятие и функции политического имиджа. Образ партии в политической имиджологии. Персональный образ в политической имиджологии. Типажи имиджей политика: монархический, харизматический и иные.

4. Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины «Имиджология» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

- при проведении занятий лекционного типа:

- ✓ наблюдение за поведением студентов во время занятий, за проявлением заинтересованности к содержанию занятия лекционного типа;
- ✓ заполнение студентами листа обратной связи (Таблица 3)

Таблица 3

О чем идет речь? Что вы услышали, поняли и запомнили?	Дополнения. Уточнение. Критика.

- ✓ вопросы студентам и ответы студентов на понимание новой терминологии, с которой знакомятся студенты на занятии (по ходу занятия);
- ✓ задания студентам для подготовки конспекта занятия в виде опорных сигналов;
- ✓ просмотр теледебатов на телеканалах, просмотр фильмов с последующим обсуждением: 1) в микрогруппах; 2) представление мнения микрогруппы всей группе

- при проведении практических занятий:

Очная форма обучения

Тема 1 Введение в дисциплину Имиджелогия. Сущность, функции, структура

Формы текущего контроля – опрос, тестирование, практические занятия

Вопросы для опроса:

1. Становление имиджелогии в странах Запада и в России.
2. Определение предметной области имиджелогии. Место имиджелогии в ряду научных дисциплин.
3. Антропологическая основа имиджелогии.
4. Ветви имиджелогии.

Тест.

1. Что означает «имидж»:

- а) «образец»;
- б) «образ»;
- в) «рейтинг»;
- г) «оценка».

2. Кому принадлежит мысль: «Заботясь о красоте, надо начинать с сердца и души, иначе никакая косметика не поможет»?:

- а) Шанель;
- б) Версаче;
- в) Якокке Ли.

3. Установите соответствие между составляющими имиджа и их характеристиками:

Составляющие имиджа:

- 1) имидж среды обитания,
- 2) габитарный имидж,
- 3) деловой имидж,
- 4) вербальный имидж,
- 5) невербальный имидж.

Характеристики:

- А) устная и письменная речь;
- Б) мебель, здание;
- В) язык телодвижений;
- Г) внешний облик;
- Д) предметы, произведения, созданные человеком.

4. Габитарным имиджем человека является:

- а) его поведение;
- б) его внешность;
- в) созданная им искусственно среда обитания;

г) его речевая продукция.

5. *Овеществленным имиджем человека является:*

- а) созданная им искусственно среда обитания;
- б) его внешность;
- в) его овеществленная продукция – предметы, вещи, которые он создал;
- г) его поведение.

6. *Обозначьте методы, в равной степени пригодные как в работе с корпоративным, так и персональным имиджем при построении позитивного имиджа*

- а) форматирование;
- б) позиционирование;
- в) эмоционализация;
- г) архаизация сознания;
- д) вбрасывание амбивалентной информации;
- е) использование стереотипов;
- ж) этикометрия;
- з) интервьюирование;
- и) контролируемый эксперимент;
- к) метод свободных ассоциаций.

7. *Что позволяет достичь метод эмоционализации:*

- а) распознавания образа;
- б) преодоления стереотипов восприятия;
- в) большей запоминаемости образа;
- г) новизны решения
- д) более длительного внимания к образу.

8. *Обозначьте связь персонального имиджа и Я-концепции. Я-концепция:*

- а) условие;
- б) основа;
- в) предпосылка;
- г) ядро;
- д) следствие;
- е) мотив формирования и поддержания персонального имиджа.

9. *Целью имиджа является:*

- а) получение одобрения аудитории;
- б) получение прогнозируемого результата;
- в) возможность самовыражения;
- г) возможность самоутверждения.

10. *Социальная группа, для которой создается имидж – это:*

- а) реципиент имиджа;
- б) субъект имиджа;
- в) аудитория;
- г) социум.

11. *Тип имиджа, характеризующий систему представлений об образе конкретного человека:*

- а) личностный;
- б) корпоративный;
- в) текущий;
- г) зеркальный.

12. *Имидж, который образуется при наличии ряда независимых структур вместо единой корпорации:*

- а) множественный;
- б) корпоративный;
- в) личностный;
- г) желаемый.

13. *Образ мыслей, интеллект, интересы, ценности, хобби относятся к составляющей имиджа:*

- а) внутренней;
- б) внешней;

- в) процессуальной;
- г) множественной.

14. *Внешние составляющие имиджа – это:*

- а) прическа;
- б) интеллект;
- в) хобби;
- г) голос.

15. *Внутренние составляющие имиджа – это:*

- а. прическа;
- б. интеллект;
- в. хобби;
- г. голос.

16. *Средовым имиджем человека является:*

- а) его овеществленная продукция – предметы, вещи, которые он сделал, создал;
- б) созданная им искусственно среда обитания;
- в) его внешность;
- г) его поведение.

17. *Акт самовыражения и поведения, направленный на то, чтобы создать благоприятное впечатление, соответствующее чьим-либо идеалам:*

- а) самопрезентация;
- б) стереотип;
- в) социальный статус;
- г) функция имиджа.

18. *Вербальным имиджем человека является:*

- а) устная речевая продукция;
- б) письменная речевая продукция;
- в) устная и письменная речевая продукция;
- г) поведение.

19. *Невербальным имиджем человека является:*

- а) устная речевая продукция;
- б) письменная речевая продукция;
- в) устная и письменная речевая продукция;
- г) поведение.

20. *Корпоративная миссия это:*

- а) социально значимая роль организации.
- б) восприятие организации группами общественности.
- в) ценности организации.
- г) позиционирование организации.

21. *Основой корпоративной философии являются:*

- а) позиционирование организации;
- б) комплекс принципов организации;
- в) корпоративная миссия;
- г) корпоративные стандарты.

22. *Основой корпоративной культуры являются:*

- а) позиционирование организации;
- б) руководство организацией;
- в) корпоративная миссия;
- г) корпоративные стандарты.

23. *Когда имиджирование стало самостоятельным предметом?*

- а) в начале 1980 – х гг.;
- б) с конца 1990 – х гг.;
- в) с конца 1950 – х гг.

24. *Как называется специалист по созданию имиджа?*

- а) специалист по имиджу;
- б) имиджмейкер;
- в) носитель имиджа.

25. Источником имиджеформирующей информации являются:

- а) имиджмейкер;
- б) индукторы;
- в) реципиенты.

26. Термины «имидж», «репутация», «идентичность», «организационная культура» являются:

- а) синонимами;
- б) четко взаимосвязанными понятиями;
- в) не являются взаимосвязанными между собой и изучаются различными науками.

27. По признаку воспринимаемой аудитории различают:

- а) социальный, управленческий, научный, обобщенный имиджи;
- б) внешний и внутренний имиджи организации;
- в) имидж организации в целом и имиджи отдельных подразделений.

28. По функционально-технологическому признаку выделяют следующие разновидности имиджа:

- а) желаемый и воспринимаемый, социо-ситуативный и постоянный;
- б) самоимидж и внешний имидж личности;
- в) обобщенный, функциональный, контекстный.

29. К внутренним факторам, зависимым от носителя имиджа относятся:

- а) общие физические данные, мимика, среда обитания;
- б) коммуникабельность, уровень нравственности;
- в) сфера интересов, уровень образования;
- г) а и б

30. В социальном аспекте составляющие индивидуального имиджа выражают:

- а) личностные характеристики.
- б) уровень культуры;
- в) уровень благосостояния;
- г) силу воли.

31. Имидж организации в целом, а не каких-то ее частей или результатов ее работы:

- а) корпоративный;
- б) положительный;
- в) желаемый;
- г) текущий.

32. Сотрудники организации являются объектом корпоративного имиджа:

- а) внешнего;
- б) внутреннего;
- г) осязаемого;
- д) неосязаемого.

33. Основой корпоративного имиджа являются:

- а) корпоративная философия;
- б) корпоративная общественность;
- в) руководитель организации;
- г) позиционирование организации.

Шкала оценивания

(при общем количестве вопросов в контрольном задании – 33)

Количество правильных ответов	1-9	10-19	20-27	28- 33
Оценка	2	3	4	5

Тема 2 Имидж-стратегия. Этапы управления имиджем

Форма текущего контроля – опрос, практическое задание

Вопросы для опроса:

1. Основные этапы формирования имиджа.
2. Оценка целевой аудитории как один из этапов управления имиджем.
3. Основные имиджевые стратегии (на основании ресурсного анализа объекта имиджирования и исследования предпочтений аудитории).

Практическое задание представлено в методическом указании по выполнению практических занятий по дисциплине «Имиджелогия» по направлению подготовки бакалавров «Менеджмент»

Тема 3 Инструментарий имиджелогии

Форма текущего контроля – опрос, практическое задание

Вопросы для опроса:

1. Понятие имиджевой коммуникации.
2. Специфика восприятия сообщений в массовом сознании и формирование имиджа.
3. Стереотип и его значение для имиджа.
4. Влияние канала коммуникации на имидж.
5. Основные инструменты имиджирования: позиционирование, манипулирование, мифологизация.
6. Приемы формирования имиджа.

Практическое задание представлено в методическом указании по выполнению практических занятий по дисциплине «Имиджелогия» по направлению подготовки бакалавров «Менеджмент»

Тема 4 Специфика построения персонального имиджа

Форма текущего контроля – опрос, практическое задание

Вопросы для опроса:

1. Персональный имидж и составляющие имиджа личности.
2. Каузальная атрибуция. Факторы восприятия личности в общественном сознании.
3. Создание сообщения о себе. Типы самопрезентации.
4. Специфика гендерных имиджей и их социальная обусловленность

Практическое задание представлено в методическом указании по выполнению практических занятий по дисциплине «Имиджелогия» по направлению подготовки бакалавров «Менеджмент»

Тема 5 Физиогномика, кинесика и стилистика в формировании имиджа. Динамический имидж

Форма текущего контроля – опрос, практическое задание, презентация

Вопросы для опроса:

1. Физиогномика и ее объект.
2. Кинетический имидж.
3. Вербальный имидж.
4. Стилистика и ее слагаемые
5. Динамический имидж.

Примерные темы презентаций:

1. Габитарный имидж лидера.
2. Роль цвета в создании имиджа.
3. Имидж и мода. Имидж лидеров моды на разных исторических этапах.

Практическое задание представлено в методическом указании по выполнению практических занятий по дисциплине «Имиджология» по направлению подготовки бакалавров «Менеджмент»

Тема 6 Персональный деловой имидж. Имидж руководителя

Форма текущего контроля – опрос, доклад, практическое задание

Вопросы для опроса:

1. Понятие персонального делового имиджа. Атрибуты и факторы делового имиджа
2. Основы формирования персонального делового имиджа.
3. Имидж руководителя
4. Создание делового образа с помощью макияжа, одежды, аксессуаров

Примерные темы докладов:

1. Технология самопрезентации руководителя.
2. Проектирование делового имиджа в процессе подготовки к собеседованию.
3. Проектирование делового имиджа женщины.
4. Проектирование делового имиджа руководителя.

Практическое задание представлено в методическом указании по выполнению практических занятий по дисциплине «Имиджология» по направлению подготовки бакалавров «Менеджмент»

Тема 7 Корпоративный имидж

Форма текущего контроля – опрос, доклад, практическое задание

Вопросы для опроса:

1. Концептуальные модели корпоративного имиджа.
2. Корпоративная философия и формирование имиджа организации.
3. Технологии формирования внешнего имиджа организации.
4. Внутренний имидж организации.
5. Сохранение и защита имиджа организации.

Примерные темы докладов:

1. Соотношение имиджевых и этикетных требований в бизнес-сфере.
2. Соотношение корпоративной философии и корпоративного имиджа: теоретический и прикладной аспекты.
3. Фирменный стиль как средство создания визуального имиджа организации.

Практическое задание представлено в методическом указании по выполнению практических занятий по дисциплине «Имиджология» по направлению подготовки бакалавров «Менеджмент»

Тема 8 Типы имиджа в различных областях человеческой деятельности

Форма текущего контроля – опрос, доклад, практическое задание

Вопросы для опроса:

1. Специфика имиджа в государственном управлении и дипломатии.
2. Имидж страны, региона, города.
3. Имидж в искусстве и шоу-бизнесе.
4. Имидж в торговле и экономике. Имидж в рекламе.

Примерные темы докладов:

1. Имидж России.
2. Имидж Воронежа.
3. Роль имиджа в туристическом бизнесе.
4. Имидж в науке.
5. Имидж российской армии.
6. Имидж зимней Олимпиады в Сочи.
7. Имидж культурно-образовательного учреждения.
8. Имидж государственного и муниципального служащего.
9. Проектирование имиджа территории.

Практическое задание представлено в методическом указании по выполнению практических занятий по дисциплине «Имиджелогия» по направлению подготовки бакалавров «Менеджмент»

Тема 9 Политический имидж

Форма текущего контроля – опрос, практическое задание, обсуждение теледебатов

Вопросы для опроса:

1. Понятие и функции политического имиджа.
2. Этнопсихологические особенности политического имиджа.
3. Основные этапы развития политической имиджелогии.
4. Политический миф и политическая метафора в построении политического имиджа.

Примерные вопросы для обсуждения теледебатов:

1. Образ партии в политической имиджелогии.
2. Персональный образ в политической имиджелогии.
3. Типажи имиджей политика: монархический, харизматический и иные.
4. Речевой имидж как средство создания благоприятного имиджа политика.
5. Невербальные компоненты политического имиджа.

Практическое задание представлено в методическом указании по выполнению практических занятий по дисциплине «Имиджелогия» по направлению подготовки бакалавров «Менеджмент»

4.1.2. Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Зачет проводится посредством устного ответа на вопросы зачета;

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости

Материалы приведены в пункте 4.1.1

Материалы текущего контроля успеваемости предоставляются в формах, адаптированных к конкретным ограничениям здоровья и восприятия информации обучающихся:

для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиотрансляции с использованием программы синтеза речи.

для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме, в форме электронного документа.

для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиотрансляции с использованием программы синтеза речи.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. Эти средства могут быть предоставлены Воронежским филиалом РАНХиГС или могут использоваться собственные технические средства.

При необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на выполнение заданий.

4.3 Оценочные средства для промежуточной аттестации

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. Эти средства могут быть предоставлены или могут использоваться собственные технические средства.

При необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на выполнение заданий.

Инструкция по порядку проведения процедуры оценивания предоставляется в доступной форме (устно, в письменной форме, устно с использованием услуг сурдопереводчика).

Доступная форма предоставления заданий оценочных средств: в печатной форме, в форме электронного документа, задания зачитываются ассистентом, задания предоставляются с использованием сурдоперевода).

Доступная форма предоставления ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, с использованием услуг ассистента, устно).

При необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Вопросы для проведения зачета

1. Продемонстрируйте знание и понимание современного определения понятия «имидж».
2. Продемонстрируйте знание и понимание различий в понятиях имидж и репутация.
3. Продемонстрируйте знание и понимание функций имиджа.
4. Продемонстрируйте знание и понимание структуры имиджа.
5. Продемонстрируйте знание и понимание влияния имиджа на развитие карьеры.
6. Продемонстрируйте знание и понимание основных принципов и этапов формирования имиджа.
7. Продемонстрируйте знание и понимание основных инструментов формирования имиджа: позиционирование, манипулирование, мифологизация.
8. Продемонстрируйте знание и понимание приемов формирования имиджа: эмоционализация, акцентирование информации, замена целей, подача противоречивых сигналов, метафоризация, контекстное введение знаков.
9. Продемонстрируйте знание и понимание влияния как метода активации поведения.
10. Продемонстрируйте знание и понимание физиогномики и ее объекта.
11. Продемонстрируйте знание и понимание понятия «кинетический имидж».
12. Продемонстрируйте знание и понимание понятия «вербальный имидж».
13. Продемонстрируйте знание и понимание стилистики и ее составляющие
14. Продемонстрируйте знание и понимание понятия «динамический имидж».
15. Продемонстрируйте знание и понимание специфики имиджа в государственном управлении и дипломатии.
16. Продемонстрируйте знание и понимание имиджа - страны, региона, города.
17. Продемонстрируйте знание и понимание особенностей имиджа в искусстве и шоу-бизнесе.
18. Продемонстрируйте знание и понимание разных типов самопрезентации.
19. Продемонстрируйте знание и понимание понятия персонального делового имиджа.
20. Продемонстрируйте знание и понимание атрибутов и факторов делового имиджа.
21. Продемонстрируйте знание и понимание основ формирования персонального делового имиджа.
22. Продемонстрируйте знание и понимание основ формирования имиджа руководителя.
23. Продемонстрируйте знание и понимание использования макияжа, одежды, аксессуаров в создании делового образа.

24. Продемонстрируйте знание и понимание концептуальных моделей корпоративного имиджа.
25. Продемонстрируйте знание и понимание корпоративной философии в формировании имиджа организации.
26. Продемонстрируйте знание и понимание технологии формирования внешнего имиджа организации.
27. Продемонстрируйте знание и понимание технологии формирования внутреннего имиджа организации.
28. Продемонстрируйте знание и понимание места бренд-менеджмента в управлении имиджем организации. Антибрендинг.
29. Продемонстрируйте знание и понимание понятия «брендинг», как социально-ответственного поведения.
30. Продемонстрируйте знание и понимание использования информационно-коммуникационного сопровождения имиджевых программ.
31. Продемонстрируйте знание и понимание функций политического имиджа.
32. Продемонстрируйте знание и понимание формирования персонального образа в политической имиджологии.
33. Продемонстрируйте знание и понимание типов имиджа политика: монархический, харизматический и иные.

4.4. Методические материалы

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций определены «Порядком проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов в Воронежском филиале федерального государственного бюджетного образовательного учреждения «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» от 01.09.2016 № 114-217/1.

Шкала оценивания

Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации, шкалы и процедуры оценивания определены приказом от 09 сентября 2016 года № 114-228/1 «Порядок применения балльно-рейтинговой системы оценки знаний обучающихся в Воронежском филиале РАНХиГС».

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические указания для обучающихся по подготовке к текущему контролю успеваемости приведены в пособии «Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов» (издано на кафедре МОСС).

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения дисциплины

6.1 Основная литература

1. Блинов А.О., Дресвянников В.А. Управленческое консультирование: Учебник – М.: Дашков и К., 2013-212с.
2. Марков А.А. Связи с общественностью в органах власти. – М.: Инфра-М, 2015. – 190 с.

6.2. Дополнительная литература

1. Докторов Б.З. Первопроходцы мира мнений от Гэллага до Грушина. - М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2005. – 239с.

2. Почепцов Г.Г. Паблик рилейнз, или как успешно управлять общественным мнением. – Изд-во: Центр, 2004. – 336с.
3. Просянюк Д. Роль средств массовой информации в формировании образа России// Проблемы теории и практики управления - 2014. - № 3 - С. 109 (фонд библиотеки)
4. Резник С.Д., Игошина И.А., Шестерина О.И. Организационное поведение (практикум: деловые игры, тесты, конкретные ситуации): Учеб. пособие / Под ред. С.Д. Резника. – 2-е изд., перераб., доп. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 320 с.

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Коваль Л.В. Методические указания по выполнению практических занятий и самостоятельной работе по дисциплине «Имиджелогия» по направлению подготовки бакалавров «Государственное и муниципальное управление» очной формы обучения – РИО ВФ РАНХиГС – 2016. – 51 с.
2. Назаренко Н.Н., Потанина И.В. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов, учебно-методическое пособие, Воронеж: ВФ РАНХиГС – 2016.

6.4. Нормативно-правовые документы

1. Федеральный закон "О государственной гражданской службе Российской Федерации" от 27.07.2004 N 79-ФЗ (последняя редакция)
2. Федеральный закон "О муниципальной службе в Российской Федерации" от 02.03.2007 N 25-ФЗ (последняя редакция)
3. Положение об организации самостоятельной работы студентов федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (в ред. Приказа РАНХиГС от 11.05.2016 г. № 01-2211).
4. Положение об организации самостоятельной работы студентов федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (в ред. Приказа РАНХиГС от 11.05.2016 г. № 01-2211).
5. «Порядок применения балльно-рейтинговой системы оценки знаний обучающихся в Воронежском филиале РАНХиГС», утвержденный приказом от 09 сентября 2016 года № 114-228/1.

6.5. Интернет-ресурсы

1. <http://www.biblioclub.ru> «Университетская библиотека онлайн»
2. Куб — электронная библиотека <http://www.koob.ru/>
3. <http://www.pedlib.ru/>
4. <http://library.evro-bit.ru/>
5. <http://www.klex.ru/11m>

6.6. Справочные системы

1. Консультант плюс
2. Гарант

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

7.1. Доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося инвалида или обучающегося с ограниченными возможностями здоровья обеспечен предоставлением ему не менее чем одного учебного, методического печатного и/или электронного издания по адаптационной дисциплине (включая электронные базы

периодических изданий), в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для обучающихся с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиотрансляции с использованием программы синтеза речи;
- использование помощи ассистента.

Для обучающихся с нарушениями слуха:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиотрансляции с использованием программы синтеза речи;
- использование помощи ассистента.

Для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиотрансляции с использованием программы синтеза речи;
- использование помощи ассистента.

7.2. Содержание адаптационной дисциплины размещено на сайте информационно-коммуникационной сети Интернет: <http://vrn.ranepa.ru/>

7.3. Для контактной и самостоятельной работы используются следующие мультимедийные комплексы, электронные учебники и учебные пособия, адаптированные к ограничениям здоровья обучающихся: «Консультант плюс», «Гарант», «Университетская библиотека on-line».

Информационные средства обучения: электронные учебники, учебные фильмы по тематике дисциплины, презентации, интерактивные учебные и наглядные пособия, технические средства предъявления информации (многофункциональный мультимедийный комплекс) и контроля знаний (тестовые системы).

Многофункциональный мультимедийный комплекс в лекционной аудитории.

Учебные пособия для обучающихся с нарушениями зрения (согласно п. 6.5. Интернет-ресурсы).

Учебные пособия и учебники для обучающихся с нарушениями слуха (согласно п. 6.5. Интернет-ресурсы).

Учебные пособия и учебники для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата (согласно п. 6.5. Интернет-ресурсы).

7.4. Обучающиеся обеспечиваются следующим комплектом программного обеспечения, адаптированного для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и обучающихся инвалидов:

Для обучающихся с нарушениями зрения:

программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов в форматах AVI, MPEG, DivX, RMVB, WMV;

Пакет Access;

Microsoft Word, MS PowerPoint, Internet – Explorer;

MAGic – программа экранного увеличения;

Балаболка – программа синтеза речи;

Coll Reader – программа синтеза речи;

Jaws – программа речевой навигации.

Для обучающихся с нарушениями слуха:

программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов в форматах AVI, MPEG, DivX, RMVB, WMV;
 Пакет Access;
 Microsoft Word, MS PowerPoint, Internet – Explorer.

Для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов в форматах AVI, MPEG, DivX, RMVB, WMV;
 Пакет Access;
 Microsoft Word, MS PowerPoint, Internet – Explorer.

Обеспечивается возможность беспрепятственного доступа обучающихся инвалидов в аудитории, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов, аудитория располагается на первом этаже, наличие специальных кресел и других приспособлений).

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и обучающихся инвалидов с разными видами ограничений здоровья:

- с нарушениями зрения:
 брайлевская клавиатура для ввода информации;
 увеличитель информации на мониторе;
 невизуальный доступ к информации;
 программы-синтезаторы речи;
 других технических средств приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с нарушениями зрения.

- с нарушениями слуха:
 средства беспроводной передачи звука (персональный усилитель звука, наушники);
 аудиторные колонки;

- с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 специально отведенные места для инвалидов в аудитории, помеченные специальным знаком и находящиеся в максимальной близости от входа;
 альтернативные устройства ввода информации;
 средств приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с нарушениями опорно-двигательного аппарата.

Для материально-технического обеспечения дисциплины используются: аудиторный фонд; компьютерный класс с возможностью доступа к справочно-поисковым системам информационно-правового обеспечения и с установленной программой для компьютерного тестирования знаний студентов по темам дисциплины; специализированная аудитория с ПК и мультимедийным проектором; библиотечно-информационные ресурсы. В учебном процессе используются следующие программные продукты: Microsoft Word, MS PowerPoint, Internet – Explorer.