


**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**  
**Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова**

Кафедра новейшей отечественной истории

УТВЕРЖДАЮ  
Декан исторического факультета  
  
\_\_\_\_\_  
Р.М. Фролов  
17 мая 2022 г.

**Рабочая программа дисциплины**  
**«Имиджмейкинг»**

Направление подготовки  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)  
«Реклама и связи с общественностью»

Форма обучения  
очная

Программа рассмотрена  
на заседании кафедры

от «12» апреля 2022 года, протокол № 4

Программа одобрена НМК  
исторического факультета

протокол № 2 от «22» апреля 2022 года

Ярославль

## 1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Имиджмейкинг» является формирование у студентов знаний об основных понятиях в области теории имиджологии, истории развития представлений об образе и имидже, об основных видах имиджмейкинга, этапах его формирования, содержания и особенностях создания, позиционирования и мониторинга имиджа.

Задачи дисциплины:

1. Рассмотреть современное состояние имиджологии
2. Изучить понятийный аппарат имиджологии и имиджмейкинга.
3. Познакомится с основными видами имиджмейкинга.
4. Узнать этапы, методы, приемы имиджирования
5. Сформировать практические навыки и умения, связанные с созданием, мониторингом и продвижением имиджа.
6. Выработать навыки грамотного коммуникативного поведения с потребителем услуги имиджмейкинга.

## 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Имиджмейкинг» относится к блоку «ФТД. Факультативные дисциплины».

Дисциплина «Имиджмейкинг» базируется на знании следующих предметов, преподаваемых в ЯрГУ им. П.Г. Демидова: «Культурология», «Персональный брендинг», «Теория и практика связей с общественностью», «Теория и практика рекламы», «Интегрированные коммуникации». Она является предшествующей для многих дисциплин, связанных со связями с общественностью, которые в дальнейшем будут изучаться студентами, в частности, для таких, как «Антикризисный PR», «Управление кризисными ситуациями», «Организация и проведение коммуникационных кампаний».

## 3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих элементов компетенций в соответствии с ФГОС ВО, ООП ВО и приобретения следующих знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности:

Код компетенции	Формулировка Компетенции	Перечень планируемых результатов обучения
<b>Общепрофессиональные компетенции</b>		
ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ИД_ОПК-5.1.Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, развитие разных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.	<b>Знать:</b> совокупность политических, экономических факторов, правовых и этнических норм, регулирующих развитие медиакоммуникационных систем <b>Уметь:</b> использовать их на региональном, национальном и глобальном уровнях <b>Владеть:</b> информацией о медиакоммуникационных системах
	ИД_ОПК-5.2.Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.	<b>Знать:</b> сущность, особенности и классификацию имиджмейкинга. <b>Уметь:</b> анализировать и оценивать исходные данные, разрабатывать и внедрять программу имиджирования, проводить мониторинг и коррекцию имиджа. <b>Владеть:</b> основными навыками имиджмейкинга

## 4. Объем, структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 акад. часов.

№ п/п	Темы (разделы) дисциплины, их содержание	Семестр	Виды учебных занятий, включая самостоятельную ра- боту студентов, и их трудоемкость (в академических часах)						Формы текущего контроля успеваемо- сти  Форма промежуточ- ной аттестации (по семестрам)
			Контактная работа						
			лекции	практические	лабораторные	консультации	аттестацион- ные испытания	самостоятель- ная работа	
1	Имиджелогия	6	2					3	
2	Имиджмейкинг: введение в курс	6	2			1		3	
3	Понятия и сферы, сопряженные с имиджмейкингом	6	1		1			3	
4	Имидж	6	1			1		3	
5	Психология образа	6	2	4				3	Семинар «Использование специфических навыков коммуникации».
6	Управление имиджем	6	1			1		3	
7	Личный имидж	6	2	2				3	Практикум 1.
8	Политический имидж	6	2	4				3	Семинар «Политический имидж».
9	Корпоративный имидж	6	2	4		1		3	Практикум 2.
10	Имидж товара	6	1					3	
11	Территориальный имидж (города, региона, страны)	6	1	3				2	Практикум 3.
								1,7	Зачет
	Всего		17	17		4	0,3	33,7	72

### Содержание разделов дисциплины

**1. Имиджелогия.** Становление имиджелогии. Определение, функции. Объект, предмет, цели, задачи, законы, функции и методы исследований имиджелогии. Уровни имиджелогии как науки.

**2.Имиджмейкинг: введение в курс.** Имиджмейкинг как сфера деятельности. Имиджмейкинг в системе public relations. Имиджмейкинг и политический консалтинг. Имиджмейкер как профессионал, создающий нужный имидж.

**3.Понятия и сферы, сопряженные с имиджмейкингом.** Стереотип, репутация, бренд, гудвилл.

**4.Имидж.** Определение. Функции, основные характеристики, типологизация.

**5.Психология образа.** Сущность, формы, функции психологии имиджа. Методы и источники изучения психологии имиджа. Личностные предпосылки создания имиджа. Психологические механизмы построения образа. Психологические приемы привлечения и

удержания внимания аудитории. Формирование установки на доверие (недоверие) со стороны аудитории. Использование психологических особенностей отдельных социальных групп. Использование общих особенностей восприятия.

**6. Управление имиджем.** Формы, подходы, инструменты.

**7. Личный имидж.** Персональный имидж. Имидж в разных контекстах (имиджи политиков, бизнесменов, поп-звезд). Имидж врага (символизация врагов, негативная реклама в современном мире, манипуляции с имиджем).

**8. Политический имидж.** Понятие политического имиджа. Пути построения политического имиджа. Визуальное измерение имиджа. Контекстное измерение имиджа. Законы сочетания имиджей.

**9. Корпоративный имидж.** Имидж как фактор коммерческого успеха предприятия. Специфика имиджа как атрибута предприятия. Структура корпоративного имиджа предприятия. Этапы формирования корпоративного имиджа предприятия.

**10. Имидж товара.** От имиджа товара к бренду.

**11. Территориальный имидж (города, региона, страны).** Технология формирования территориального имиджа. Территориальный брендинг в системе развития региона. Инструменты популяризации имиджа региона. Имидж страны. Имидж России.

## **5. Образовательные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

В преподавании курса используются активные и интерактивные технологии проведения занятий в сочетании с активной внеаудиторной работой: использование при чтении студенческих докладов электронных презентаций или слайд-шоу, деловые игры, кейсы. Практикуется самостоятельная подготовка и практикумы имиджмейкинга применительно к разным объектам.

В процессе обучения используются следующие технологии электронного обучения и дистанционные образовательные технологии:

**Электронный учебный курс в LMS Электронный университет Moodle ЯрГУ**, в котором:

- представлены задания для самостоятельной работы обучающихся по темам дисциплины;
- осуществляется проведение отдельных мероприятий текущего контроля успеваемости студентов;
- представлены тексты лекций по отдельным темам дисциплины;
- представлен список учебной литературы, рекомендуемой для освоения дисциплины;
- имеется список вопросов для проведения промежуточной аттестации.

## **6. Перечень лицензионного и (или) свободно распространяемого программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

В процессе осуществления образовательного процесса по дисциплине используются:

для формирования материалов для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации, для формирования методических материалов по дисциплине:

- программы Microsoft Office;
- Adobe Acrobat Reader.

## **7. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (при необходимости)**

В процессе осуществления образовательного процесса по дисциплине используются:

- автоматизированная библиотечно-информационная система «БУКИ-NEXT» [http://www.lib.uniyar.ac.ru/opac/bk\\_cat\\_find.php](http://www.lib.uniyar.ac.ru/opac/bk_cat_find.php)
- справочно-правовая система «КонсультантПлюс» (договор с ЯрГУ).

## **8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

### **а) основная литература**

1. Лейбина А.В. Имиджелогия: метод. указания / А. В. Лейбина, Н. И. Курочкин; Яросл. гос. ун-т им. П. Г. Демидова, Науч.-метод. совет ун-та. Ярославль: ЯрГУ, 2007. 39 с. 87 экз.
2. Семенова Л.М. Имиджмейкинг: учебник и практикум для вузов. М.: Издательство Юрайт, 2022. 141 с. // Образовательная платформа Юрайт. URL: <https://urait.ru/bcode/495294>

### **б) дополнительная литература**

1. Селентьева Д.О. Политическая имиджелогия: учебное пособие для вузов. 2-е изд., испр. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2022. 164 с. // Образовательная платформа Юрайт. URL: <https://urait.ru/bcode/490604>

### **в) ресурсы сети «Интернет»**

1. Электронная библиотека учебных материалов ЯрГУ ([http://www.lib.uniyar.ac.ru/opac/bk\\_cat\\_find.php](http://www.lib.uniyar.ac.ru/opac/bk_cat_find.php)).
2. Электронно-библиотечная система «Юрайт» (<https://www.urait.ru/>)

## **9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине включает в свой состав специальные помещения:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа;
- учебные аудитории для проведения практических занятий (семинаров);
- учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций;
- учебные аудитории для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации;
- помещения для самостоятельной работы;
- помещения для хранения и профилактического обслуживания технических средств обучения.

Специальные помещения укомплектованы средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде ЯрГУ.

Автор :  
Докт. ист. наук, профессор  
(должность, ученая степень)



Урядова А.В.  
(Фамилия И.О.)

**Приложение №1 к рабочей программе дисциплины  
«Имиджмейкинг»**

**Фонд оценочных средств  
для проведения текущей и промежуточной аттестации студентов  
по дисциплине**

**1. Типовые контрольные задания или иные материалы,  
необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, ха-  
рактеризующих этапы формирования компетенций**

**Контрольные задания и иные материалы,  
используемые в процессе текущей аттестации**

**Семинар** «Использование специфических навыков коммуникации и инструментарий имиджелогии».

Найти и показать на примере как используются навыки коммуникации и инструменты в имиджмейкинге. Создать кейс-стади.

**Практикум 1.**

Самопрезентация. Я-концепция. Создание имиджа литературного (сказочного) персонажа.

**Семинар** «Политический имидж».

Рефераты об имидже политического деятеля: создание, структура, как работает имидж.

**Практикум 2.**

Проанализировать имидж одного из коммерческих или промышленных предприятий ярославского региона. Подготовить мониторинг отражения деятельности анализируемого объекта в ярославских СМИ.

Опишите основные виды имиджа, выделите их особенности.

**Практикум 3.**

Дать анализ имиджа своего родного города (поселка), разработать план его брендинга

**Семинары и практикумы оцениваются по шкале «зачтено-незачтено»:**

«**Зачтено**» - студент полно и подробно выполнил задание семинара/практикума;

«**Не зачтено**» – студент неполно и кратко выполнил или не выполнил вообще задание семинара/практикума.

**2. Список вопросов и (или) заданий для проведения промежуточной аттестации**

На зачете проверяется сформированность компетенций ОПК-5(индикатор ИД-ОПК-5.1. и ИД-ОПК-5.2) на основе проверки теоретического материала. При этом учитывается сформированность навыков и умений на практических занятиях во время работы в семестре.

Оценка «зачет» выставляется студенту, у которого сформирована компетенция, получены достаточно полные ответы во время устного собеседования по вопросам.

Оценка «незачтено» выставляется студенту, у которого не сформирована компетенция.

**Проверка сформированности ОПК-5 индикатор ИД ОПК-5.1.**

1. Имиджелогия как наука.
2. Имиджмейкинг как сфера деятельности.

3. Имиджмейкинг в системе public relations.
4. Имиджмейкинг и политический консалтинг.

**Проверка сформированности ОПК-5 индикатор ИД ОПК-5.2.**

1. Профессия имиджмейкера.
2. Стереотип, репутации, бренд, гудвилл
3. Имидж: функции, основные характеристики, типологизация.
4. Психология образа
5. Управление имиджем: формы подходы инструменты
6. Личный имидж
7. Политический имидж
8. Корпоративный имидж
9. Имидж товара

## **Приложение №2 к рабочей программе дисциплины «Имиджмейкинг»**

### **Методические указания для студентов по освоению дисциплины**

Студентам необходимо тщательно подходить к выполнению контрольных заданий на основе материалов лекций и практических заданий и предложенного студенту перечня источников и литературы.

Изучение дисциплины требует систематического и последовательного накопления знаний, следовательно, пропуски отдельных тем не позволяют глубоко освоить предмет. Именно поэтому со стороны преподавателя осуществляется контроль за систематической работой студентов.

Подготовка к практическим занятиям предполагает изучение рекомендованной литературы и источников. В ходе семинара необходимо давать конкретные, четкие ответы по существу вопросов. Семинар предполагает свободный обмен мнениями по избранной тематике. Поощряется выдвижение и обсуждение альтернативных мнений.

При подготовке к практическому занятию студенты имеют возможность воспользоваться консультациями преподавателя. Если в ходе самостоятельной подготовки возникают затруднения, необходимо в начале занятия обратиться к преподавателю.