**Министерство культуры Российской Федерации**

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ

ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«ХАБАРОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»

**(ХГИК)**

**Кафедра социально-культурной деятельности**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной, научной и международной деятельности

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Е.В.Савелова

« 06 » мая 2021г.

**ИМИДЖЕОЛОГИЯ В СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**Уровень бакалавриата**

(2021 год набора, очная и заочная формы обучения)

**Направление подготовки**

51.03.03 Социально-культурная деятельность

**Профиль подготовки**

Менеджмент социально-культурной деятельности

**Хабаровск**

**2021**

**Составители:**

Теньшова Ольга Николаевна, доцент кафедры социально-культурной деятельности, кандидат педагогических наук;

Добрых Алексей Вячеславович, доцент кафедры социально-культурной деятельности, кандидат социологических наук.

.

Рабочая программа дисциплины «Современные социально-культурные технологии» рассмотрена и одобрена на заседании кафедры социально-культурной деятельности « 06 » мая 2021 протокол № 9

**ОГЛАВЛЕНИЕ**

1. **ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О ДИСЦИПЛИНЕ**……………….....….….......…....4
   1. Наименование дисциплины……………………………….…………….…..….4
   2. Место дисциплины в структуре образовательной программы..…….….........4
   3. Цель освоения дисциплины…………………………………………......…..….4
   4. Планируемые результаты обучения по дисциплине……………….…………5
2. **ОБЪЕМ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**….………..…..……..….......9
   1. Объем дисциплины…………………………………..……….….…….…..……9
   2. Тематический план …………………….………….…….…...….……………..10
   3. Краткое содержание разделов и тем……………..……..……..…….…....…...14
3. **УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**…………………………………………………….….….…..…….18
   1. Планы семинарских занятий …………………………………....……..............18
   2. Планы практических занятий …………………………………..……......….....18

3.2.1. Планы практических занятий (очная форма обучения)…………………….18

3.2.2. Планы практических занятий (заочная форма обучения)…………………..30

* 1. Вопросы для самоконтроля по разделам дисциплины…………….….............42

1. **МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ…………………………………………………………....…..……44**
2. **ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**…..…….………..47
   1. Перечень компетенций и этапы их формирования……………….….....……..47
   2. Показатели и критерии оценивания компетенций…………….……….….......49
   3. Материалы для оценки и контроля результатов обучения….…………...........50
   4. Методические материалы по оцениванию результатов обучения……….…...53
3. **РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**……………………………...……….….…...55
   1. Основная и дополнительная учебная литература…………….……………......55
   2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»...............56
   3. Информационные технологии, программное обеспечение и

информационные справочные системы………………….…….……..…….......57

* 1. Материально-техническая база………………………….………….……...........58

1. **ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ………...…..…....59**

**1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О ДИСЦИПЛИНЕ**

**1.1 Наименование дисциплины**

Рабочая программа дисциплины «Имиджеология в социально-культурной деятельности» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 51.03.03 «Социально-культурная деятельность», (профиль «Менеджмент социально-культурной деятельности») в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования– бакалавриат по направлению подготовки 51.03.03 «Социально-культурная деятельность», утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 06.12.2017 г. № 1179, с учетом профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельности выпускников.

**1.2 Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Учебная дисциплина «Имиджеология в социально-культурной деятельности» (Б1.В.ДВ.07.02) относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана подготовки бакалавров, осуществляемой в соответствии с учебным планом института по направлению подготовки 51.03.03 «Социально-культурная деятельность». Данная дисциплина имеет практико-ориентированный характер, рассчитана на формирование у студентов специальных навыков организаторской деятельности. Дисциплина связана с курсами «Технологические основы социально-культурной деятельности», «Технологии культурно-досуговых программ», «Менеджмент в сфере культуры и искусства», «Менеджмент СКД», «Теория и практика связей с общественностью», «Технология рекламы культурно-досуговых программ».

**1.3. Цель освоения дисциплины**

Данная рабочая программа предусматривает учет основных требований к уровню высшего образования бакалавров, к качеству знаний по дисциплинам и построена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта Российской Федерации о высшем образовании с учетом профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельности выпускников.

Цель изучения дисциплины– формирование у студентов профессионального мышления, необходимого и достаточного в рамках осуществления деятельности в учреждениях социально-культурной сферы, как составной части маркетинга учреждения и как формы культурно-досуговой деятельности.

Для достижения поставленной цели должны быть решены следующие

задачи:

• проанализировать имидж как составляющую современной цивилизации;

• познакомить с основными и наиболее часто применяемыми понятиями, методиками и направлениями в имиджелогии с акцентуацией внимания на достижениях отечественных и зарубежных ученых в данной сфере;

• охарактеризовать основные направления имиджирования в различных сферах жизнедеятельности;

• обобщить и классифицировать технологии конструирования имиджа;

• проанализировать имидж в различных контекстах;

• раскрыть структуру личного имиджа: его вербальную, внешнюю и кинетическую составляющие;

• научить анализировать имидж отдельных индивидов и организаций, распознавать его символическую реальность, выявлять вербальные и невербальные особенности построения позитивного имиджа и понимать скрытые процессы, связанные с управлением имиджем.

• ознакомить студентов с основными современными теоретическими концепциями имиджелогии;

• вооружить обучаемых знаниями теоретических основ, основных механизмов и методов формирования имиджа технолога соцально-культурной деятельности, преподавателя;

• обучить бакалавров основам искусства использования закономерностей построения имиджа в практической деятельности преподавателя;

• помочь студентам овладеть технологиями самопрезентации, а также навыками и умениями их эффективного использования в процессе будущей профессиональной деятельности;

• содействовать формированию у бакалавров навыков анализа составляющих социокультурного, корпоративного, профессионального имиджа и особенностей его восприятия общественностью и индивидом.

**1.4 Планируемые результаты обучения по дисциплине**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Формируемые компетенции** | **Индикаторы достижения компетенций** | **Планируемые результаты практической деятельности, обеспечивающие формирование компетенций** |
| **Профессиональные компетенции** | | |
| ПК-9  Способность к реализации технологий менеджмента и маркетинга в сфере социально-культурной деятельности. | ПК-9.1. Знать: общую  теорию и технологии  менеджмента и маркетинга в социально-культурной сфере;  нормативно-правовую  документацию,  регламентирую-щую  деятельность учреждений  культуры; особенности  организации планирования,  учета и отчетности в учреждениях культуры,  технологию проведения  маркетинговых  исследований, их виды и требования к организации;  основы работы с персоналом  учреждений культуры. ПК-9.2. Уметь:  осуществлять организацию  деятельности учреждения  культуры в целом и его подразделений на основе  базовых технологий менеджмента и маркетинга в  сфере социально -культурной  деятельности; принимать обоснованные управленческие решения по  преодолению проблемных  ситуаций в деятельности  учреждения культуры;  применять действующие  отечественные и  международные  нормативные документы при  решении задач  профессионал-ной  деятельности; проводить  маркетинговые исследования  и использовать  маркетинговые  коммуникации для  продвижения продуктов и  услуг учреждений культуры  ПК-9.3. Владеть:  современными методами  менеджмента  профессиональной деятельности в социально-  культурной сфере;  технологиями поиска нормативноправовых  документов,  регламентирующих профессиональную деятельность в сфере культуры; навыка-ми применения на практике технологий менеджмента и маркетинга применительно к  решению задач творческо-производственной  деятельности учреждений  культуры. | ПК-9.1.  – общие особенности методик в области менеджмента, маркетинга и PR в сфере СКД, связанных c имиджем учреждения;  – специфику использования базовых методик в области менеджмента, маркетинга и PR в сфере СКД, связанных c имиджем учреждения;  – специфику проявлений конкретных влияний современных российских условий на реализацию базовых методик в области менеджмента, маркетинга и PR в сфере СКД, связанных c имиджем  ПК-9.2.  – комплексно анализировать и моделировать принципы и методы организации имиджевой деятельностью учреждения культуры применительно к решению различных проблемных ситуаций - с использованием нормативно-правовых основ такой деятельности;  – использовать разно-образные научные источники, осуществлять эффективный поиск информации – в том числе через проведение исследований;  – использовать терминологию и понятийный аппарат настоящей учебной дисциплины;  – анализировать различные ресурсы, условия и факторы реализации базовых методик и коммуникаций в области имиджа деятельности в сфере СКД;  – использовать приобретенные знания в рамках профессиональной деятельности, социальной и профессиональной  ПК-9.3.  - понятийным аппаратом дисциплины;  - методами комплексного поиска, анализа и синтеза информации;  - методами системного подхода при работе с информацией;  - навыками моделирования алгоритмов практического применения методик применительно к  решению задач творческо-  производственной  деятельности учреждений  культуры;  - навыками ведения научных дискуссий по проблемам настоящей учебной дисциплины. коммуникации учреждения. |
| ПК-12  Способность к организации творческо-производственной деятельности и к руководству учреждениями культуры | ППК-12.1. Знать: основные  понятия творческо-  производственной  деятельности работников  учреждений культуры, её  основные цели, задачи, виды,  формы, технологии  творческо-производственной  деятельности работников  учреждений культуры    ПК-12.2. Уметь:  планировать  творческо-производствен-ную  деятельность работников  учреждений культуры, контролировать ход ее  реализации, давать оценку  структуре и содержанию  творческих художественно-творческих проектов    ПК-12.3. Владеть:  технологиями разработки  организационных  документов и реализации  художественно-творческих  проектов творческих проектов. | ПК-12.1.1.  – общие особенности и специфику творческо-производственной и управленческой деятельности в рамках креативных индустрий в  сфере досуга;  – основные принципы, цели, задачи, виды, формы творческо-производственной и управленческой деятельности в рамках креативных индустрий;  – основные проблемы апробации и внедрения инновационных технологий СКД в рамках креативных индустрий применительно к своей профессиональной  ПК-12.2.1  – комплексно анализировать проблемы реализации творческих и управленческих стратегий в рамках креативных индустрий в сфере досуга;  – убедительно и аргументировано анализировать и оценивать гипотетические ситуации в рамках творческо-производственной деятельности и ее организации;  – использовать разно-образные научные источники, осуществлять эффективный поиск информации;  – использовать терминологию и понятийный  аппарат настоящей учебной дисциплины;  – анализировать конкретные вопросы в рамках проблематики настоящей учебной дисциплины;  – использовать приобретенные знания в рамках профессиональной деятельности, социальной и профессиональной коммуникации  ПК-12.3.  - навыками умозрительного моделирования художественно-творческих проектов в рамках креативных индустрий досуга;  - методами комплексного анализа и синтеза информации;  - методами системного подхода при работе с информацией;  - навыками ведения научных дискуссий по проблемам настоящей дисциплины. |

1. **ОБЪЕМ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

**2.1. Объем дисциплины**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Вид учебной работы** | **ОФО** | | **ЗФО** | |
| **Всего часов** | **Семестры** | **Всего часов** | **Курсы** |
| **Контактные занятия (всего)** | **82** | **7,8** | **64** | **5** |
| в том числе: |  |  |  |  |
| *Лекции* | *48* | *7,8* | *32* | *5* |
| *Семинарские занятия (СЗ)* | *-* | *-* | *-* | *-* |
| *Практические занятия (ПЗ)* | *34* | *7,8* | *32* | *5* |
| **Самостоятельная работа студента и контроль (всего часов). В том числе:** | **98** | **7,8** | **116** | **5** |
| Контроль: |  |  |  |  |
| *Подготовка к экзамену* | *9* | *8* | *9* | *5* |
| *Подготовка к зачету* | *-* | *-* | *-* | *-* |
| *Текущий контроль* | *20* | *7,8* |  |  |
| СРС | 69 | 7,8 | 107 | 5 |
| **Общая трудоемкость: (всего зач. ед./кол-во часов по ФГОС)** | **5 / 180** | **7,8** | **5 / 180** | **5** |
| **Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)** | **Семестры** | | **Курсы** | |
| **Зачет** | **-** | | **-** | |
| **Экзамен** | **8** | | **5** | |

**2.2. Тематический план (ОФО)**

| **№ п/п** | **Наименование разделов и тем** | **Количество часов** | | | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Всего часов по ФГОС** | **Контактная работа с преподавателем** | | | | **Самостоятельная работа студентов** | | | |
| **Всего ауди-тор-**  **ных часов** | **ЛЗ** | **ПЗ** | **Групповое консультирование** | **Всего часов СРС** | **СРС** | **Контроль СРС** | |
| **Текущий** | **Промежу-точный** |
| **7 семестр. Раздел 1. Имиджеология в социально-культурной деятельности** | | | | | | | | | | |
| 1.1 | Имиджелогия: сущность и и специфика учебного  предмета (ПК9, ПК-12) | 8 | 4 | 4 |  |  | 4 | 2 | 2 |  |
| 1.2 | Теоретические основания имиджа. Принци-пы имиджелогии. (ПК-9, ПК-12) | 9 | 4 | 4 |  |  | 5 | 3 | 2 |  |
| 1.3 | Закономерности формирования и функционирования имиджа (ПК-9, ПК2) | 12 | 8 | 4 | 4 |  | 4 | 3 | 1 |  |
| 1.4 | Механизмы влияния в про-цессе формирова-ния имиджа (ПК- 9, ПК-12) | 8 | 4 | 4 |  |  | 4 | 3 | 1 |  |
| 1.5 | Структура и и типология имиджа (ПК91, ПК-12) | 8 | 4 | 4 |  |  | 4 | 3 | 1 |  |
| 1.6 | Профессиональ- ный портрет специалиста по имиджу (ПК9, ПК-12) | 12 | 8 | 4 | 4 |  | 4 | 3 | 1 |  |
| 1.7 | Методы работы имиджмейкера с клиентом (ПК-9, ПК-12) | 15 | 10 | 4 | 6 |  | 5 | 3 | 2 |  |
| **Итого по разделу:** | | **72** | **42** | **28** | **14** | **-** | **30** | **20** | **10** | **-** |
| **8 семестр. Раздел 2. Роль имиджа в деятельности учреждений социокультурной сферы** | | | | | | | | | | |
| 2.1 | Методы преподавания имиджелогии как учебного предмета (ПК-1, ПК-5) | 22 | 10 | 4 | 6 |  | 12 | 10 | 2 |  |
| 2.2 | Технология имиджирования:позиционное представление презентации (ПК-9, ПК12) | 16 | 4 | 4 |  |  | 12 | 10 | 2 |  |
| 2.3 | Человековед-ческие техноло-гии в работе имиджмейкера (ПК-9, ПК-12) | 20 | 8 | 4 | 4 |  | 12 | 10 | 2 |  |
| 2.4 | Разработка и применение стратегий формирования имиджа (ПК-9, ПК-12) | 20 | 8 | 4 | 4 |  | 12 | 10 | 2 |  |
| 2.5 | Индивидуаль-ный имидж (ПК-9, ПК-12) | 21 | 10 | 4 | 6 |  | 11 | 9 | 2 |  |
| *Подготовка к*  *экзамену* | | 9 |  |  |  |  | 9 |  |  | 9 |
| **Итого по разделу:** | | **108** | **40** | **20** | **20** |  | **68** | **49** | **10** | **9** |
| **Всего:** | | **180** | **82** | **48** | **34** |  | **98** | **69** | **20** | **9** |

**Тематический план (ЗФО)**

| **№ п/п** | **Наименование разделов и тем** | **Количество часов** | | | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Всего часов по ФГОС** | **Контактная работа с преподавателем** | | | | **Самостоятельная работа студентов** | | | |
| **Всего ауди-тор-**  **ных часов** | **ЛЗ** | **ПЗ** | **Групповое консультирование** | **Всего часов СРС** | **СРС** | **Контроль СРС** | |
| **Текущий** | **Промежу-точный** |
| **Зимний семестр. Раздел 1. Имиджеология в социально-культурной деятельности** | | | | | | | | | | |
| 1.1 | Имиджелогия: сущность и и специфика учебного предмета (ПК-9, ПК-12) | 6 | 2 | 2 |  |  | 4 | 4 |  |  |
| 1.2 | Теоретические основания имиджа. Принципы имиджелогии. (ПК-9, ПК-12) | 10 | 4 | 4 |  |  | 6 | 6 |  |  |
| 1.3 | Закономерности формирова-ния и функционирования имиджа (ПК-9, ПК2) | 12 | 6 | 2 | 4 |  | 6 | 6 |  |  |
| 1.4 | Механизмы влияния в процессе формирования имиджа (ПК- 9, ПК-12) | 8 | 2 | 2 |  |  | 6 | 6 |  |  |
| 1.5 | Структура и типология  имиджа (ПК-91, ПК-12) | 8 | 2 | 2 |  |  | 6 | 6 |  |  |
| 1.6 | Профессиональный портрет специалиста по имиджу (ПК-9, ПК-12) | 14 | 8 | 2 | 6 |  | 6 | 6 |  |  |
| 1.7 | Методы работы имиджмейкера с клиентом (ПК-9, ПК125) | 14 | 8 | 2 | 6 |  | 6 | 6 |  |  |
| **Итого за зимний семестр:** | | **72** | **32** | **16** | **16** | **-** | **40** | **40** | **-** | **-** |
| **Летний семестр. Раздел 2. Роль имиджа в деятельности учреждений социокультурной сферы** | | | | | | | | | | |
| 2.1 | Методы преподавания имиджелогии как учебного предмета (ПК-1, ПК-5) | 20 | 6 | 2 | 4 |  | 14 | 14 |  |  |
| 2.2 | Технология имиджирования: позиционное представление презентации (ПК-9, ПК12) | 17 | 4 | 4 |  |  | 13 | 13 |  |  |
| 2.3 | Человековедчес-кие технологии в работе имиджмейкера (ПК-9, ПК-12) | 21 | 8 | 4 | 4 |  | 13 | 13 |  |  |
| 2.4 | Разработка и применение стратегий формирования имиджа (ПК-9, ПК-12) | 21 | 8 | 4 | 4 |  | 13 | 13 |  |  |
| 2.5 | Индивидуаль-ный имидж (ПК9, ПК-12) | 20 | 6 | 2 | 4 |  | 14 | 14 |  |  |
| *Подготовка к*  *экзамену* | | 9 |  |  |  |  | 9 |  |  | 9 |
| **Итого за летний семестр:** | | **108** | **34** | **16** | **16** |  | **76** | **67** |  | **9** |
| **Всего:** | | **180** | **64** | **32** | **32** |  | **116** | **107** |  | **9** |

## Краткое содержание разделов и тем

**Раздел 1. Имиджеология в социально-культурной деятельности**

**Тема 1.1. Имиджелогия: сущность и специфика учебного предмета.**

Введение в имиджелогию. Имиджелогия как наука, практика и искусство. Имиджелогия как система взглядов о законах массовой коммуникации. Истоки имиджелогии. Место имиджелогии в ряду научных дисциплин. Становление имиджелогии в странах Запада и в России. Связь имиджелогии и паблик рилейшнз. Теоретические и прикладные модели массовой коммуникации.

Имиджелогия - отрасль современного человековедения. Определение понятия имиджелогии, образа, облика. Имидж и маска. Компоненты имиджа личности. Основные условия формирования имиджа. Имидж как одаренность. "Я-концепция". Самодвижущая сила. Имидж-эффект. Имидж и сим-вол. Разновидности имиджа. Обаяние - "личностное сияние". Обаяние: большой секрет и маленькие хитрости. Слагаемые привлекательности. Специфика эффекта "личного обаяния". Человек - конструктор своего имиджа.

**Тема 1.2. Теоретические основания имиджа.**

Имиджелогия как теория естественных иерархий. Место категории имиджа в междисциплинарном научном дискурсе. Области знания, изучающие различные аспекты формирования и функционирования имиджа: PR, социология, социальная психология, теории коммуникации, конфликтология, маркетинг, политология, менеджмент, риторика.

Принципы имиджелогии. Приоритетные функции имиджа (ценностные, технологические). Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа. Роль механизмов социально-психологического влияния в процессе формирования имиджа. Этические проблемы деятельности имиджмейкера по формированию имиджа клиента.

**Тема 1.3. Закономерности формирования и функционирования имиджа.**

Определение имиджа. Имидж как специально формируемый образ для достижения целей. Имидж и натура. Личина и лик. Образ и имидж. Регуляция. Натура. Фантом. Маска. Визуализация. Медиатизация. Стереотипы восприятия. Свойства имиджа. Функции имиджа.

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.

**Тема 1.4. Механизмы влияния в процессе формирования имиджа.**

Психологические факторы восприятия имиджа. Образ как субъективная картина мира. Образ - знание, образ - значение, образ потребного будущего. Формирование перцептивного экрана для восприятия образа. Образ и установка в рекламе. Факторы, влияющие на «работу» политических образов. Имидж и его составляющие. Значения имиджа.

Понятие социально-психологического влияния. Убеждение. Внушение. Самопродвижение, заражение, пробуждение импульса к подражанию, принуждение, деструктивная критика, игнорирование, манипуляция. Технологии нейролингвистического программирования. Формирование имиджа в среде массовой коммуникации. Роль средств массовой информации в формировании социальной реальности. собенности применения печатных (книги, газеты, журналы) и электронных (радио, телевидение, Интернет) средств массовой информа-ции. Реклама и паблик рилейшенс как средство формирования образа социальных объектов.

**Тема 1.5. Структура и типология имиджа.**

Имидж и его компоненты. Структура и слагаемые имиджа. Поле жизнедеятельности. Биография, карьера. Возраст и здоровье. Материальное положение. Частная жизнь. Окружение. Соперники и враги. Увлечения. Предметное окружение. Офис и визитки. Социопсихологические качества. Языки. Когнитивный, аффективный и поведенческий компоненты имиджа. Сознательный и бессознательные уровни функционирования имиджа. Функциональные и психологические преимущества объекта. Ключевые имиджевые характеристики объекта. Проблема объекта и субъекта имиджа. Личность как реципиент имиджа. Малая, средняя и большая социальные группы как аудитория имиджа Массовая аудитория имиджа. Виды объектов имиджа: личность, организация, группа, товар (торговая марка). Виды имиджа. Профессиональный имидж. Типологии по области применения: бизнес, реклама, шоубизнес, политика, управление организацией. Влияния особенностей субъекта на формирование и изменении имиджа. Типология личности как основа для оценки имиджевой предрасположенности.

**Тема 1.6. Профессиональный портрет специалиста по имиджу.**

Содержание профессиональной деятельности имиджмейкера как специалиста в сфере прикладной имиджелогии. Диагност. Креатор. Коммуникатор. Модератор. Медиатор. Фасилитатор. Аттрактор. Имидж как интегральный социальный образ.

Принципы построения имиджа. Понятия имиджа как интегрального социального образа. Источники формирования имиджа. Устойчивые формы узнаваемых образов в российском социуме. Семиотика - наука о знаковых системах. Реальный, информационный, символический миры современного человека: взаимодействие и барьеры между ними. Психологические защиты потребителя от потока информации. Персонализация и наркотизация (переполнение новостями). Характеристики аудитории, влияющие на восприятие информации; пол, возраст, этническая принадлежность, профессия, религия).

**Тема 1.7. Методы работы имиджмейкера с клиентом.**

Содержание категории «имиджмейкерство». Понятие инструментария в имиджелогии и специфика его использования. Основные инструменты: позиционирование, манипулирование, мифологизация. Наиболее часто используемые приемы формирования имиджа: эмоционализация, акцентирование информации, замена целей, подача противоречивых сигналов, метафоризация, контекстное введение знаков.

Программа работы имиджмейкера в консалтинговой сфере. Концептуальный подход. Роль и функции имиджмейкера в работе с личностью. Методы работы имиджмейкера в консалтинговой сфере (Метод экспрессии. Метод интроспективного анализа. Рефлексивный тренинг. Метод по развитию творческого самочувствия. Ортобиотический тренинг. Активные групповые методы. Поведенческий тренинг и т.д.).

**Раздел 2. Роль имиджа в деятельности учреждений социально-культурной сферы**

**Тема 2.1. Методы преподавания имиджелогии как учебного премета.**

Педагогический процесс. Закономерности, принципы и способы оптимизации учебного процесса. Выбор методов обучения. Классификация методов обучения и критерии их оптимального выбора. Сравнительный анализ эффективности различных методов обучения.

Инструментарий имиджмейкерства. Оценка эффективности имиджевого воздействия с помощью опроса общественного мнения. Нейролингвистическое программирование: основные принципы и границы применения метода. Нормативно-правовое регулирование имиджмейкерства как профессиональной деятельности: зарубежный и российский опыт. Профессиональная этика имиджмейкера и проблемы, связанные с ее нарушением. Манипуляция коллективным сознанием как область «серого» имиджмейкерства.

**Тема 2.2. Технология имиджирования: позиционное представление презентации.**

Стратегии и тактики построения имиджа. Виды имиджирующей информации. Влияние подсознательной информации на возникновение имиджа. Прямая и косвенная информация о человеке. Принципы технологии формирования имиджа. Критерии выбора модели поведения. Роль как корректирующий фактор поведения. Социумы общения. Модели поведения в официальном и неофициальном общении. Модели поведения активного и пассивного характера. Социально-психологические особенности конкретного социума и характер ситуации. Слагаемые родительского имиджа. Имидж педагога. Имидж как составная часть культуры делового общения. Идеальный руководитель. Психологическое средство бизнеса.

**Тема 2.3. Человековедческие технологии в работе имиджмейкера.**

Понятие человековедческая компетентность менеджера. Технология стимулирования делового честолюбия. Технология личного обаяния. Технология ортобиоза. Технология индивидуальной работы с персоналом. Технология "конструирования" трудового коллектива.

Проблемы управления массовым сознанием и поведением в работе имиджмейкера. Общественное настроение и социальный стереотип. Психология превращения информации в общественное мнение. Стихийное и целенаправленное формирование имиджа. Приемы создания имиджэффекта (использование фасцинации, аттракции и др.) Роль средств массовой информации в создании эффективного имиджа.

**Тема 2.4. Разработка и применение стратегий формирования имиджа.**

Направления использования формирования имиджа оказание инди-видуальных услуг, VIP, участие в рекламной деятельности, работа в системе связей с общественностью, политическое консультирование). Стихийность и целенаправленность в формировании имиджа. Характеристика этапов формирования имиджа: изучение объекта, оценка аудитории, коррекция характеристик объекта, символизация, позиционирование, презентация имиджа. Выявление имиджевых качеств объекта. Обеспечение постоянства имиджа. Использование методов активного социально-психологического обучения в формировании имиджа. Оптимизация общения с клиентом.

**Тема 2.5. Индивидуальный имидж.**

Понятия индивида и индивидуальности. Внешняя и внутренняя мотивация по созданию имиджа. Оригинальный и наведенный виды имиджа. Имидж ориентированный на самоощущение и имидж ориентированный на восприятие. Я-концепция и Я-образ. Взаимоотношения имиджа, Я-реального, Я-идеального и Образа Я у других. Каузальная атрибуция. Имплицитная теория личности. Типологии личности как основа для оценки имиджевой предрасположенности потребителей. Тело, лицо, поведение человека как объект его имиджа. Закономерности зрительно восприятия лица фигуры человека. Характеристика стилей одежды. Развитие способностей по диагностике и экспрессии эмоционального состояния. Самопрезентация. Факторы восприятия личности в общественном сознании. Использование психодиагностики для создания психологического портрета личности. Тесты, опорсники, контент-анализ, биографический метод, наблюдение и особенности их применения. Критерии эффективности индивидуального имиджа.

1. **УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**
   1. **Планы семинарских занятий**

Учебным планом проведение семинарских занятий не предусмотрено

**3.2. Планы практических занятий**

**3.2.1. Планы практических занятий (очная форма обучения)**

**Раздел 1. Имиджеология в социально-культурной деятельности**

**Практическое занятие № 1.**

**Тема: Имиджеология: сущность и специфика учебного предмета.**

**Продолжительность:** 4часа.

**Форма**: практическое занятие.

**Цель:** формирование умений и навыков работы с материалом учебной литературы теоретико-методологического характера – применительно к задачам закрепления базовых знаний, полученных в рамках лекционного занятия по теме.

**План:**

1. В начале занятия студенты изучают теоретико-методологические подходы относительно специфики имиджеологии как учебного предмета, а также подходы относительно понятия имиджа и его продвижения, анализируя сильные и слабые стороны таких подходов.

2. В ходе занятия студенты проводят сравнительный анализ вышеуказанных подходов – на основе подбора аргументов, опирающихся на примеры из реальной жизни.

3. На завершающем этапе занятия студенты анализируют прикладное значение изучаемой проблематики.

**Методические рекомендации к практическому занятию:**

При подготовке к практическому занятию студенты самостоятельно изучают основополагающие подходы и концепции, связанные с изучаемой тематикой, подбирая примеры (как исторические, так и современные), доказывающие либо опровергающие эти концепции и подходы.

В ходе занятия студенты изначально изучают подходы к настоящей проблематике, подбирая и выписывая примеры, подтверждающие либо опровергающие аргументацию в рамках каждого из подходов.

Далее в ходе занятия студенты самостоятельно подбирают и выписывают примеры из реальной жизни, раскрывающие значение данной проблематики для будущей профессиональной деятельности специалистов сферы СКД. После этого, на основе вышеуказанных примеров, они составляют план-схему развернутого ответа на вопрос относительно значения данной проблематики для своей будущей профессиональной деятельности.

На завершающем этапе занятия студенты подводят итоги своей работы – применительно к значимости как наиболее убедительных подходов к изучаемой проблематике, так и самой этой проблематики - для своей будущей профессиональной деятельности и социокультурных процессов в жизни общества.

**Список литературы:**

1. Список основной и дополнительной литературы представлен

в разделе 6 рабочей программы.

**Практическое занятие № 2.**

**Тема: Теоретические основания имиджа. Принципы имиджеологии.**

**Продолжительность:** 4 часа.

**Форма**: практическое занятие.

**Цель:** формирование умений и навыков работы с материалом учебной литературы теоретико-методологического характера – применительно к задачам закрепления базовых знаний, полученных в рамках лекционного занятия по теме.

**План:**

1. В начале занятия студенты изучают теоретико-методологические подходы относительно специфики теоретических основ и составляющих, детерминирующих формирование и трансляцию имиджей, а также специфике принципов имиджеологии в современных условиях социальной трансформации (включая ситуацию социального транзита в современной России), анализируя сильные и слабые стороны вышеуказанных подходов.

2. В ходе занятия студенты проводят сравнительный анализ вышеуказанных подходов – на основе подбора аргументов, опирающихся на примеры из реальной жизни.

3. На завершающем этапе занятия студенты анализируют прикладное значение изучаемой проблематики.

**Методические рекомендации к практическому занятию:**

При подготовке к практическому занятию студенты самостоятельно изучают основополагающие подходы и концепции, связанные с изучаемой тематикой, подбирая примеры из реальной современной жизни, доказывающие либо опровергающие эти концепции и подходы.

Далее в ходе занятия студенты самостоятельно подбирают и выписывают примеры из реальной жизни, раскрывающие значение данной проблематики для будущей профессиональной деятельности специалистов сферы СКД. После этого, на основе вышеуказанных примеров, они составляют план-схему развернутого ответа на вопрос относительно значения данной проблематики для своей будущей профессиональной деятельности. Задание: разработать макет имиджа руководителя учреждения социально-культурной деятельности, отражающий факторы и детерминанты формирования и трансляции данного имиджа. .

На завершающем этапе занятия студенты подводят итоги своей работы – применительно к значимости как наиболее убедительных подходов к изучаемой проблематике, так и самой этой проблематики - для своей будущей профессиональной деятельности и социокультурных процессов в жизни общества.

**Список литературы:**

1. Список основной и дополнительной литературы в целом представлен

в разделе 6 рабочей программы.

**Практическое занятие № 3.**

**Тема: Закономерности формирования и функционирования имиджа.**

**Продолжительность:** 4часа.

**Форма**: практическое занятие.

**Цель:** формирование умений и навыков работы с материалом учебной литературы теоретико-методологического характера – применительно к задачам закрепления базовых знаний, полученных в рамках лекционного занятия по теме.

**План:**

1. В начале занятия студенты изучают теоретико-методологические подходы относительно ключевых закономерностей, предопределяющих алгоритм формирования и методологию функционирования имиджа, а также основные взгляды на эти закономерности и их специфику, анализируя сильные и слабые стороны таких взглядов.

2. В ходе занятия студенты проводят сравнительный анализ вышеуказанных подходов – на основе подбора аргументов, опирающихся на примеры из реальной жизни.

3. На завершающем этапе занятия студенты анализируют прикладное значение изучаемой проблематики.

**Методические рекомендации к практическому занятию:**

При подготовке к практическому занятию студенты самостоятельно изучают основополагающие подходы и концепции, связанные с изучаемой тематикой, подбирая примеры (как исторические, так и современные), доказывающие либо опровергающие эти концепции и подходы.

В ходе занятия студенты изначально изучают подходы к настоящей проблематике, подбирая и выписывая примеры, подтверждающие либо опровергающие аргументацию в рамках каждого из подходов.

Далее в ходе занятия студенты самостоятельно подбирают и выписывают примеры из реальной жизни, раскрывающие значение данной проблематики для будущей профессиональной деятельности специалистов сферы СКД. После этого, на основе вышеуказанных примеров, они составляют план-схему развернутого ответа на вопрос относительно значения данной проблематики для своей будущей профессиональной деятельности. Задание: разработать пакет материалов, служащих фомированию имиджа учреждения социально-культурной сферы.

На завершающем этапе занятия студенты подводят итоги своей работы – применительно к значимости как наиболее убедительных подходов к изучаемой проблематике, так и самой этой проблематики - для своей будущей профессиональной деятельности и социокультурных процессов в жизни общества.

**Список литературы:**

1. Список основной и дополнительной литературы представлен

в разделе 6 рабочей программы.

**Практическое занятие № 4.**

**Тема: Механизмы влияния в процессе формирования имиджа.**

**Продолжительность:** 4 часа.

**Форма**: практическое занятие.

**Цель:** формирование умений и навыков работы с материалом учебной литературы теоретико-методологического характера – применительно к задачам закрепления базовых знаний, полученных в рамках лекционного занятия по теме.

**План:**

1. В начале занятия студенты изучают теоретико-методологические подходы относительно специфики базовых механизмов, предопределяющих формирование и трансляцию имиджей, а также влияющих на процессы такого формирования, анализируя сильные и слабые стороны вышеуказанных подходов.

2. В ходе занятия студенты проводят сравнительный анализ вышеуказанных подходов – на основе подбора аргументов, опирающихся на примеры из реальной жизни.

3. На завершающем этапе занятия студенты анализируют прикладное значение изучаемой проблематики.

**Методические рекомендации к практическому занятию:**

При подготовке к практическому занятию студенты самостоятельно изучают основополагающие подходы и концепции, связанные с изучаемой тематикой, подбирая примеры из реальной современной жизни, доказывающие либо опровергающие эти концепции и подходы.

Далее в ходе занятия студенты самостоятельно подбирают и выписывают примеры из реальной жизни, раскрывающие значение данной проблематики для будущей профессиональной деятельности специалистов сферы СКД. После этого, на основе вышеуказанных примеров, они составляют план-схему развернутого ответа на вопрос относительно значения данной проблематики для своей будущей профессиональной деятельности. Задание: разработать модель алгоритма формирования имиджа руководителя учреждения СКС, отражающую функционирование всех его базовых механизмов.

На завершающем этапе занятия студенты подводят итоги своей работы – применительно к значимости как наиболее убедительных подходов к изучаемой проблематике, так и самой этой проблематики - для своей будущей профессиональной деятельности и социокультурных процессов в жизни общества.

**Список литературы:**

1. Список основной и дополнительной литературы в целом представлен

в разделе 6 рабочей программы.

**Практическое занятие № 5.**

**Тема: Структура и типология имиджа.**

**Продолжительность:** 4часа.

**Форма**: практическое занятие.

**Цель:** формирование умений и навыков работы с материалом учебной литературы теоретико-методологического характера – применительно к задачам закрепления базовых знаний, полученных в рамках лекционного занятия по теме.

**План:**

1. В начале занятия студенты изучают теоретико-методологические подходы относительно основных компонентов и составляющих, образующих структуру имиджа, а также относительно типологизации имиджей, анализируя сильные и слабые стороны таких подходов.

2. В ходе занятия студенты проводят сравнительный анализ вышеуказанных подходов – на основе подбора аргументов, опирающихся на примеры из реальной жизни.

3. На завершающем этапе занятия студенты анализируют прикладное значение изучаемой проблематики.

**Методические рекомендации к практическому занятию:**

При подготовке к практическому занятию студенты самостоятельно изучают основополагающие подходы и концепции, связанные с изучаемой тематикой, подбирая примеры из различных сфер и областей жизни, доказывающие либо опровергающие эти концепции и подходы.

В ходе занятия студенты изначально изучают подходы к настоящей проблематике, подбирая и выписывая примеры, подтверждающие либо опровергающие аргументацию в рамках каждого из подходов.

Далее в ходе занятия студенты самостоятельно подбирают и выписывают примеры из реальной жизни, раскрывающие значение данной проблематики для будущей профессиональной деятельности специалистов сферы СКД. После этого, на основе вышеуказанных примеров, они составляют план-схему развернутого ответа на вопрос относительно значения данной проблематики для своей будущей профессиональной деятельности. Задание: составить план-анализ по выявлению потребностей человека и мотивов потребителей рынка социально-культурных услуг.

На завершающем этапе занятия студенты подводят итоги своей работы – применительно к значимости как наиболее убедительных подходов к изучаемой проблематике, так и самой этой проблематики - для своей будущей профессиональной деятельности и социокультурных процессов в жизни общества.

**Список литературы:**

1. Список основной и дополнительной литературы представлен

в разделе 6 рабочей программы.

**Практическое занятие № 6.**

**Тема: Профессиональный портрет специалиста по имиджу.**

**Продолжительность:** 4 часа.

**Форма**: практическое занятие.

**Цель:** формирование умений и навыков работы с материалом учебной литературы теоретико-методологического характера – применительно к задачам закрепления базовых знаний, полученных в рамках лекционного занятия по теме.

**План:**

1. В начале занятия студенты изучают теоретико-методологические подходы относительно специфики базовых профессиональных и личностных характеристик специалиста по имиджу в современных условиях социальной трансформации (включая ситуацию социального транзита в современной России), анализируя сильные и слабые стороны вышеуказанных подходов.

2. В ходе занятия студенты проводят сравнительный анализ вышеуказанных подходов – на основе подбора аргументов, опирающихся на примеры из реальной жизни.

3. На завершающем этапе занятия студенты анализируют прикладное значение изучаемой проблематики.

**Методические рекомендации к практическому занятию:**

При подготовке к практическому занятию студенты самостоятельно изучают основополагающие подходы и концепции, связанные с изучаемой тематикой, подбирая примеры из реальной современной жизни, доказывающие либо опровергающие эти концепции и подходы.

Далее в ходе занятия студенты самостоятельно подбирают и выписывают примеры из реальной жизни, раскрывающие значение данной проблематики для будущей профессиональной деятельности специалистов сферы СКД. После этого, на основе вышеуказанных примеров, они составляют план-схему развернутого ответа на вопрос относительно значения данной проблематики для своей будущей профессиональной деятельности. Задание: разработать и организовать самопрезентацию.

На завершающем этапе занятия студенты подводят итоги своей работы – применительно к значимости как наиболее убедительных подходов к изучаемой проблематике, так и самой этой проблематики - для своей будущей профессиональной деятельности и социокультурных процессов в жизни общества.

**Список литературы:**

1. Список основной и дополнительной литературы в целом представлен

в разделе 6 рабочей программы.

**Практическое занятие № 7.**

**Тема: Методы работа имиджмейкера с клиентом.**

**Продолжительность:** 4часа.

**Форма**: практическое занятие.

**Цель:** формирование умений и навыков работы с материалом учебной литературы теоретико-методологического характера – применительно к задачам закрепления базовых знаний, полученных в рамках лекционного занятия по теме.

**План:**

1. В начале занятия студенты изучают теоретико-методологические подходы относительно базовых методик и иных методологических составляющих, предопределяющих успешность работы имиджмейкера с клиентом, а также основные взгляды на реализацию таких методик, анализируя сильные и слабые стороны таких взглядов.

2. В ходе занятия студенты проводят сравнительный анализ вышеуказанных подходов – на основе подбора аргументов, опирающихся на примеры из реальной жизни.

3. На завершающем этапе занятия студенты анализируют прикладное значение изучаемой проблематики.

**Методические рекомендации к практическому занятию:**

При подготовке к практическому занятию студенты самостоятельно изучают основополагающие подходы и концепции, связанные с изучаемой тематикой, подбирая примеры (как обобщенные, так иконкретно-ситуативные), доказывающие либо опровергающие эти концепции и подходы.

В ходе занятия студенты изначально изучают подходы к настоящей проблематике, подбирая и выписывая примеры, подтверждающие либо опровергающие аргументацию в рамках каждого из подходов.

Далее в ходе занятия студенты самостоятельно подбирают и выписывают примеры из реальной жизни, раскрывающие значение данной проблематики для будущей профессиональной деятельности специалистов сферы СКД. После этого, на основе вышеуказанных примеров, они составляют план-схему развернутого ответа на вопрос относительно значения данной проблематики для своей будущей профессиональной деятельности. Задание: разработать свою собственную программу работы имиджмейкера с руководителем учреждения социально-культурной сферы.

На завершающем этапе занятия студенты подводят итоги своей работы – применительно к значимости как наиболее убедительных подходов к изучаемой проблематике, так и самой этой проблематики - для своей будущей профессиональной деятельности и социокультурных процессов в жизни общества.

**Список литературы:**

1. Список основной и дополнительной литературы представлен

в разделе 6 рабочей программы.

**Раздел 2. Роль имиджа в деятельности учреждений социально-культурной сферы**

**Практическое занятие № 8.**

**Тема: Методы преподавания имиджеологии как учебного предмета.**

**Продолжительность:** 4часа.

**Форма**: практическое занятие.

**Цель:** формирование умений и навыков работы с материалом учебной литературы теоретико-методологического характера – применительно к задачам закрепления базовых знаний, полученных в рамках лекционного занятия по теме.

**План:**

1. В начале занятия студенты изучают теоретико-методологические подходы относительно базовых особенностей методологии преподавания имиджеологии как учебного предмета, а также подходы относительно данной методологии и дидактики, анализируя сильные и слабые стороны таких подходов.

2. В ходе занятия студенты проводят сравнительный анализ вышеуказанных подходов – на основе подбора аргументов, опирающихся на примеры из реальной жизни.

3. На завершающем этапе занятия студенты анализируют прикладное значение изучаемой проблематики.

**Методические рекомендации к практическому занятию:**

При подготовке к практическому занятию студенты самостоятельно изучают основополагающие подходы и концепции, связанные с изучаемой тематикой, подбирая примеры (как исторические, так и современные), доказывающие либо опровергающие эти концепции и подходы.

В ходе занятия студенты изначально изучают подходы к настоящей проблематике, подбирая и выписывая примеры, подтверждающие либо опровергающие аргументацию в рамках каждого из подходов.

Далее в ходе занятия студенты самостоятельно подбирают и выписывают примеры из реальной жизни, раскрывающие значение данной проблематики для будущей профессиональной деятельности специалистов сферы СКД. После этого, на основе вышеуказанных примеров, они составляют план-схему развернутого ответа на вопрос относительно значения данной проблематики для своей будущей профессиональной деятельности. Задание: разработать план-конспект собственных учебных занятий в рамках преподавания имиджеологии как учебного предмета

На завершающем этапе занятия студенты подводят итоги своей работы – применительно к значимости как наиболее убедительных подходов к изучаемой проблематике, так и самой этой проблематики - для своей будущей профессиональной деятельности и социокультурных процессов в жизни общества.

**Список литературы:**

1. Список основной и дополнительной литературы представлен в разделе 6 рабочей программы.

**Практическое занятие № 9.**

**Тема: Технология имиджирования: позиционное представление презентации.**

**Продолжительность:** 4 часа.

**Форма**: практическое занятие.

**Цель:** формирование умений и навыков работы с материалом учебной литературы теоретико-методологического характера – применительно к задачам закрепления базовых знаний, полученных в рамках лекционного занятия по теме.

**План:**

1. В начале занятия студенты изучают теоретико-методологические подходы относительно специфики и составляющих технологий имиджирования (включая методологии позиционного представления презентаций), анализируя сильные и слабые стороны вышеуказанных подходов.

2. В ходе занятия студенты проводят сравнительный анализ вышеуказанных подходов – на основе подбора аргументов, опирающихся на примеры из реальной жизни.

3. На завершающем этапе занятия студенты анализируют прикладное значение изучаемой проблематики.

**Методические рекомендации к практическому занятию:**

При подготовке к практическому занятию студенты самостоятельно изучают основополагающие подходы и концепции, связанные с изучаемой тематикой, подбирая примеры из реальной современной жизни, доказывающие либо опровергающие эти концепции и подходы.

Далее в ходе занятия студенты самостоятельно подбирают и выписывают примеры из реальной жизни, раскрывающие значение данной проблематики для будущей профессиональной деятельности специалистов сферы СКД. После этого, на основе вышеуказанных примеров, они составляют план-схему развернутого ответа на вопрос относительно значения данной проблематики для своей будущей профессиональной деятельности. Задание: разработать модель прикладной технологии имиджирования, отражающую факторы и детерминанты формирования и трансляции данного имиджа. .

На завершающем этапе занятия студенты подводят итоги своей работы – применительно к значимости как наиболее убедительных подходов к изучаемой проблематике, так и самой этой проблематики - для своей будущей профессиональной деятельности и социокультурных процессов в жизни общества.

**Список литературы:**

1. Список основной и дополнительной литературы в целом представлен

в разделе 6 рабочей программы.

**Практическое занятие № 10.**

**Тема: Человековедческие технологии в работе имиджмейкера.**

**Продолжительность:** 4часа.

**Форма**: практическое занятие.

**Цель:** формирование умений и навыков работы с материалом учебной литературы теоретико-методологического характера – применительно к задачам закрепления базовых знаний, полученных в рамках лекционного занятия по теме.

**План:**

1. В начале занятия студенты изучают теоретико-методологические подходы относительно характера и составляющих основных технологий человековедческого характера в работе имиджмейкера, а также основные взгляды на специфику таких технологий, анализируя сильные и слабые стороны таких взглядов.

2. В ходе занятия студенты проводят сравнительный анализ вышеуказанных подходов – на основе подбора аргументов, опирающихся на примеры из реальной жизни.

3. На завершающем этапе занятия студенты анализируют прикладное значение изучаемой проблематики.

**Методические рекомендации к практическому занятию:**

При подготовке к практическому занятию студенты самостоятельно изучают основополагающие подходы и концепции, связанные с изучаемой тематикой, подбирая примеры (как исторические, так и современные), доказывающие либо опровергающие эти концепции и подходы.

В ходе занятия студенты изначально изучают подходы к настоящей проблематике, подбирая и выписывая примеры, подтверждающие либо опровергающие аргументацию в рамках каждого из подходов.

Далее в ходе занятия студенты самостоятельно подбирают и выписывают примеры из реальной жизни, раскрывающие значение данной проблематики для будущей профессиональной деятельности специалистов сферы СКД. После этого, на основе вышеуказанных примеров, они составляют план-схему развернутого ответа на вопрос относительно значения данной проблематики для своей будущей профессиональной деятельности. Задание: разработать собственную модель человекеведческой технологии, служащей целям формирования и трансляции имиджа учреждения социально-культурной сферы.

На завершающем этапе занятия студенты подводят итоги своей работы – применительно к значимости как наиболее убедительных подходов к изучаемой проблематике, так и самой этой проблематики - для своей будущей профессиональной деятельности и социокультурных процессов в жизни общества.

**Список литературы:**

1. Список основной и дополнительной литературы представлен

в разделе 6 рабочей программы.

**Практическое занятие № 11.**

**Тема: Разработка и применение стратегий формирования имиджа.**

**Продолжительность:** 4 часа.

**Форма**: практическое занятие.

**Цель:** формирование умений и навыков работы с материалом учебной литературы теоретико-методологического характера – применительно к задачам закрепления базовых знаний, полученных в рамках лекционного занятия по теме.

**План:**

1. В начале занятия студенты изучают теоретико-методологические подходы относительно специфики базовых факторов и детерминант, предопределяющих разработку стратегий формирования имиджей, а также методологий применения таких стратегий, анализируя сильные и слабые стороны вышеуказанных подходов.

2. В ходе занятия студенты проводят сравнительный анализ вышеуказанных подходов – на основе подбора аргументов, опирающихся на примеры из реальной жизни.

3. На завершающем этапе занятия студенты анализируют прикладное значение изучаемой проблематики.

**Методические рекомендации к практическому занятию:**

При подготовке к практическому занятию студенты самостоятельно изучают основополагающие подходы и концепции, связанные с изучаемой тематикой, подбирая примеры из реальной современной жизни, доказывающие либо опровергающие эти концепции и подходы.

Далее в ходе занятия студенты самостоятельно подбирают и выписывают примеры из реальной жизни, раскрывающие значение данной проблематики для будущей профессиональной деятельности специалистов сферы СКД. После этого, на основе вышеуказанных примеров, они составляют план-схему развернутого ответа на вопрос относительно значения данной проблематики для своей будущей профессиональной деятельности. Задание: разработать собственные модели разработки и применения конкретных стратегий формирования имиджа алгоритма формирования имиджа руководителя учреждения СКС, отражающую функционирование всех его базовых механизмов.

На завершающем этапе занятия студенты подводят итоги своей работы – применительно к значимости как наиболее убедительных подходов к изучаемой проблематике, так и самой этой проблематики - для своей будущей профессиональной деятельности и социокультурных процессов в жизни общества.

**Список литературы:**

1. Список основной и дополнительной литературы в целом представлен

в разделе 6 рабочей программы.

**Практическое занятие № 12.**

**Тема: Индивидуальный имидж.**

**Продолжительность:** 4часа.

**Форма**: практическое занятие.

**Цель:** формирование умений и навыков работы с материалом учебной литературы теоретико-методологического характера – применительно к задачам закрепления базовых знаний, полученных в рамках лекционного занятия по теме.

**План:**

1. В начале занятия студенты изучают теоретико-методологические подходы относительно основных компонентов и составляющих, образующих специфику, структуру и составляющие индивидуального имиджа, анализируя сильные и слабые стороны таких подходов.

2. В ходе занятия студенты проводят сравнительный анализ вышеуказанных подходов – на основе подбора аргументов, опирающихся на примеры из реальной жизни.

3. На завершающем этапе занятия студенты анализируют прикладное значение изучаемой проблематики.

**Методические рекомендации к практическому занятию:**

При подготовке к практическому занятию студенты самостоятельно изучают основополагающие подходы и концепции, связанные с изучаемой тематикой, подбирая примеры из различных сфер и областей жизни, доказывающие либо опровергающие эти концепции и подходы.

В ходе занятия студенты изначально изучают подходы к настоящей проблематике, подбирая и выписывая примеры, подтверждающие либо опровергающие аргументацию в рамках каждого из подходов.

Далее в ходе занятия студенты самостоятельно подбирают и выписывают примеры из реальной жизни, раскрывающие значение данной проблематики для будущей профессиональной деятельности специалистов сферы СКД. После этого, на основе вышеуказанных примеров, они составляют план-схему развернутого ответа на вопрос относительно значения данной проблематики для своей будущей профессиональной деятельности. Задание: разработать собственную модель индивидуального имиджа специалиста социально-культурной сферы.

На завершающем этапе занятия студенты подводят итоги своей работы – применительно к значимости как наиболее убедительных подходов к изучаемой проблематике, так и самой этой проблематики - для своей будущей профессиональной деятельности и социокультурных процессов в жизни общества.

**Список литературы:**

1. Список основной и дополнительной литературы представлен

в разделе 6 рабочей программы.

**3.2.2. Планы практических занятий (заочная форма обучения)**

**Раздел 1. Имиджеология в социально-культурной деятельности**

**Практическое занятие № 1.**

**Тема: Имиджеология: сущность и специфика учебного предмета.**

**Продолжительность:** 2часа.

**Форма**: практическое занятие.

**Цель:** формирование умений и навыков работы с материалом учебной литературы теоретико-методологического характера – применительно к задачам закрепления базовых знаний, полученных в рамках лекционного занятия по теме.

**План:**

1. В начале занятия студенты изучают теоретико-методологические подходы относительно специфики имиджеологии как учебного предмета, а также подходы относительно понятия имиджа и его продвижения, анализируя сильные и слабые стороны таких подходов.

2. В ходе занятия студенты проводят сравнительный анализ вышеуказанных подходов – на основе подбора аргументов, опирающихся на примеры из реальной жизни.

3. На завершающем этапе занятия студенты анализируют прикладное значение изучаемой проблематики.

**Методические рекомендации к практическому занятию:**

При подготовке к практическому занятию студенты самостоятельно изучают основополагающие подходы и концепции, связанные с изучаемой тематикой, подбирая примеры (как исторические, так и современные), доказывающие либо опровергающие эти концепции и подходы.

В ходе занятия студенты изначально изучают подходы к настоящей проблематике, подбирая и выписывая примеры, подтверждающие либо опровергающие аргументацию в рамках каждого из подходов.

Далее в ходе занятия студенты самостоятельно подбирают и выписывают примеры из реальной жизни, раскрывающие значение данной проблематики для будущей профессиональной деятельности специалистов сферы СКД. После этого, на основе вышеуказанных примеров, они составляют план-схему развернутого ответа на вопрос относительно значения данной проблематики для своей будущей профессиональной деятельности.

На завершающем этапе занятия студенты подводят итоги своей работы – применительно к значимости как наиболее убедительных подходов к изучаемой проблематике, так и самой этой проблематики - для своей будущей профессиональной деятельности и социокультурных процессов в жизни общества.

**Список литературы:**

1. Список основной и дополнительной литературы представлен

в разделе 6 рабочей программы.

**Практическое занятие № 2.**

**Тема: Теоретические основания имиджа. Принципы имиджеологии.**

**Продолжительность:** 4 часа.

**Форма**: практическое занятие.

**Цель:** формирование умений и навыков работы с материалом учебной литературы теоретико-методологического характера – применительно к задачам закрепления базовых знаний, полученных в рамках лекционного занятия по теме.

**План:**

1. В начале занятия студенты изучают теоретико-методологические подходы относительно специфики теоретических основ и составляющих, детерминирующих формирование и трансляцию имиджей, а также специфике принципов имиджеологии в современных условиях социальной трансформации (включая ситуацию социального транзита в современной России), анализируя сильные и слабые стороны вышеуказанных подходов.

2. В ходе занятия студенты проводят сравнительный анализ вышеуказанных подходов – на основе подбора аргументов, опирающихся на примеры из реальной жизни.

3. На завершающем этапе занятия студенты анализируют прикладное значение изучаемой проблематики.

**Методические рекомендации к практическому занятию:**

При подготовке к практическому занятию студенты самостоятельно изучают основополагающие подходы и концепции, связанные с изучаемой тематикой, подбирая примеры из реальной современной жизни, доказывающие либо опровергающие эти концепции и подходы.

Далее в ходе занятия студенты самостоятельно подбирают и выписывают примеры из реальной жизни, раскрывающие значение данной проблематики для будущей профессиональной деятельности специалистов сферы СКД. После этого, на основе вышеуказанных примеров, они составляют план-схему развернутого ответа на вопрос относительно значения данной проблематики для своей будущей профессиональной деятельности. Задание: разработать макет имиджа руководителя учреждения социально-культурной деятельности, отражающий факторы и детерминанты формирования и трансляции данного имиджа. .

На завершающем этапе занятия студенты подводят итоги своей работы – применительно к значимости как наиболее убедительных подходов к изучаемой проблематике, так и самой этой проблематики - для своей будущей профессиональной деятельности и социокультурных процессов в жизни общества.

**Список литературы:**

1. Список основной и дополнительной литературы в целом представлен

в разделе 6 рабочей программы.

**Практическое занятие № 3.**

**Тема: Закономерности формирования и функционирования имиджа.**

**Продолжительность:** 2часа.

**Форма**: практическое занятие.

**Цель:** формирование умений и навыков работы с материалом учебной литературы теоретико-методологического характера – применительно к задачам закрепления базовых знаний, полученных в рамках лекционного занятия по теме.

**План:**

1. В начале занятия студенты изучают теоретико-методологические подходы относительно ключевых закономерностей, предопределяющих алгоритм формирования и методологию функционирования имиджа, а также основные взгляды на эти закономерности и их специфику, анализируя сильные и слабые стороны таких взглядов.

2. В ходе занятия студенты проводят сравнительный анализ вышеуказанных подходов – на основе подбора аргументов, опирающихся на примеры из реальной жизни.

3. На завершающем этапе занятия студенты анализируют прикладное значение изучаемой проблематики.

**Методические рекомендации к практическому занятию:**

При подготовке к практическому занятию студенты самостоятельно изучают основополагающие подходы и концепции, связанные с изучаемой тематикой, подбирая примеры (как исторические, так и современные), доказывающие либо опровергающие эти концепции и подходы.

В ходе занятия студенты изначально изучают подходы к настоящей проблематике, подбирая и выписывая примеры, подтверждающие либо опровергающие аргументацию в рамках каждого из подходов.

Далее в ходе занятия студенты самостоятельно подбирают и выписывают примеры из реальной жизни, раскрывающие значение данной проблематики для будущей профессиональной деятельности специалистов сферы СКД. После этого, на основе вышеуказанных примеров, они составляют план-схему развернутого ответа на вопрос относительно значения данной проблематики для своей будущей профессиональной деятельности. Задание: разработать пакет материалов, служащих фомированию имиджа учреждения социально-культурной сферы.

На завершающем этапе занятия студенты подводят итоги своей работы – применительно к значимости как наиболее убедительных подходов к изучаемой проблематике, так и самой этой проблематики - для своей будущей профессиональной деятельности и социокультурных процессов в жизни общества.

**Список литературы:**

1. Список основной и дополнительной литературы представлен

в разделе 6 рабочей программы.

**Практическое занятие № 4.**

**Тема: Механизмы влияния в процессе формирования имиджа.**

**Продолжительность:** 2 часа.

**Форма**: практическое занятие.

**Цель:** формирование умений и навыков работы с материалом учебной литературы теоретико-методологического характера – применительно к задачам закрепления базовых знаний, полученных в рамках лекционного занятия по теме.

**План:**

1. В начале занятия студенты изучают теоретико-методологические подходы относительно специфики базовых механизмов, предопределяющих формирование и трансляцию имиджей, а также влияющих на процессы такого формирования, анализируя сильные и слабые стороны вышеуказанных подходов.

2. В ходе занятия студенты проводят сравнительный анализ вышеуказанных подходов – на основе подбора аргументов, опирающихся на примеры из реальной жизни.

3. На завершающем этапе занятия студенты анализируют прикладное значение изучаемой проблематики.

**Методические рекомендации к практическому занятию:**

При подготовке к практическому занятию студенты самостоятельно изучают основополагающие подходы и концепции, связанные с изучаемой тематикой, подбирая примеры из реальной современной жизни, доказывающие либо опровергающие эти концепции и подходы.

Далее в ходе занятия студенты самостоятельно подбирают и выписывают примеры из реальной жизни, раскрывающие значение данной проблематики для будущей профессиональной деятельности специалистов сферы СКД. После этого, на основе вышеуказанных примеров, они составляют план-схему развернутого ответа на вопрос относительно значения данной проблематики для своей будущей профессиональной деятельности. Задание: разработать модель алгоритма формирования имиджа руководителя учреждения СКС, отражающую функционирование всех его базовых механизмов.

На завершающем этапе занятия студенты подводят итоги своей работы – применительно к значимости как наиболее убедительных подходов к изучаемой проблематике, так и самой этой проблематики - для своей будущей профессиональной деятельности и социокультурных процессов в жизни общества.

**Список литературы:**

1. Список основной и дополнительной литературы в целом представлен

в разделе 6 рабочей программы.

**Практическое занятие № 5.**

**Тема: Структура и типология имиджа.**

**Продолжительность:** 2часа.

**Форма**: практическое занятие.

**Цель:** формирование умений и навыков работы с материалом учебной литературы теоретико-методологического характера – применительно к задачам закрепления базовых знаний, полученных в рамках лекционного занятия по теме.

**План:**

1. В начале занятия студенты изучают теоретико-методологические подходы относительно основных компонентов и составляющих, образующих структуру имиджа, а также относительно типологизации имиджей, анализируя сильные и слабые стороны таких подходов.

2. В ходе занятия студенты проводят сравнительный анализ вышеуказанных подходов – на основе подбора аргументов, опирающихся на примеры из реальной жизни.

3. На завершающем этапе занятия студенты анализируют прикладное значение изучаемой проблематики.

**Методические рекомендации к практическому занятию:**

При подготовке к практическому занятию студенты самостоятельно изучают основополагающие подходы и концепции, связанные с изучаемой тематикой, подбирая примеры из различных сфер и областей жизни, доказывающие либо опровергающие эти концепции и подходы.

В ходе занятия студенты изначально изучают подходы к настоящей проблематике, подбирая и выписывая примеры, подтверждающие либо опровергающие аргументацию в рамках каждого из подходов.

Далее в ходе занятия студенты самостоятельно подбирают и выписывают примеры из реальной жизни, раскрывающие значение данной проблематики для будущей профессиональной деятельности специалистов сферы СКД. После этого, на основе вышеуказанных примеров, они составляют план-схему развернутого ответа на вопрос относительно значения данной проблематики для своей будущей профессиональной деятельности. Задание: составить план-анализ по выявлению потребностей человека и мотивов потребителей рынка социально-культурных услуг.

На завершающем этапе занятия студенты подводят итоги своей работы – применительно к значимости как наиболее убедительных подходов к изучаемой проблематике, так и самой этой проблематики - для своей будущей профессиональной деятельности и социокультурных процессов в жизни общества.

**Список литературы:**

1. Список основной и дополнительной литературы представлен

в разделе 6 рабочей программы.

**Практическое занятие № 6.**

**Тема: Профессиональный портрет специалиста по имиджу.**

**Продолжительность:** 2 часа.

**Форма**: практическое занятие.

**Цель:** формирование умений и навыков работы с материалом учебной литературы теоретико-методологического характера – применительно к задачам закрепления базовых знаний, полученных в рамках лекционного занятия по теме.

**План:**

1. В начале занятия студенты изучают теоретико-методологические подходы относительно специфики базовых профессиональных и личностных характеристик специалиста по имиджу в современных условиях социальной трансформации (включая ситуацию социального транзита в современной России), анализируя сильные и слабые стороны вышеуказанных подходов.

2. В ходе занятия студенты проводят сравнительный анализ вышеуказанных подходов – на основе подбора аргументов, опирающихся на примеры из реальной жизни.

3. На завершающем этапе занятия студенты анализируют прикладное значение изучаемой проблематики.

**Методические рекомендации к практическому занятию:**

При подготовке к практическому занятию студенты самостоятельно изучают основополагающие подходы и концепции, связанные с изучаемой тематикой, подбирая примеры из реальной современной жизни, доказывающие либо опровергающие эти концепции и подходы.

Далее в ходе занятия студенты самостоятельно подбирают и выписывают примеры из реальной жизни, раскрывающие значение данной проблематики для будущей профессиональной деятельности специалистов сферы СКД. После этого, на основе вышеуказанных примеров, они составляют план-схему развернутого ответа на вопрос относительно значения данной проблематики для своей будущей профессиональной деятельности. Задание: разработать и организовать самопрезентацию.

На завершающем этапе занятия студенты подводят итоги своей работы – применительно к значимости как наиболее убедительных подходов к изучаемой проблематике, так и самой этой проблематики - для своей будущей профессиональной деятельности и социокультурных процессов в жизни общества.

**Список литературы:**

1. Список основной и дополнительной литературы в целом представлен

в разделе 6 рабочей программы.

**Практическое занятие № 7.**

**Тема: Методы работа имиджмейкера с клиентом.**

**Продолжительность:** 2часа.

**Форма**: практическое занятие.

**Цель:** формирование умений и навыков работы с материалом учебной литературы теоретико-методологического характера – применительно к задачам закрепления базовых знаний, полученных в рамках лекционного занятия по теме.

**План:**

1. В начале занятия студенты изучают теоретико-методологические подходы относительно базовых методик и иных методологических составляющих, предопределяющих успешность работы имиджмейкера с клиентом, а также основные взгляды на реализацию таких методик, анализируя сильные и слабые стороны таких взглядов.

2. В ходе занятия студенты проводят сравнительный анализ вышеуказанных подходов – на основе подбора аргументов, опирающихся на примеры из реальной жизни.

3. На завершающем этапе занятия студенты анализируют прикладное значение изучаемой проблематики.

**Методические рекомендации к практическому занятию:**

При подготовке к практическому занятию студенты самостоятельно изучают основополагающие подходы и концепции, связанные с изучаемой тематикой, подбирая примеры (как обобщенные, так иконкретно-ситуативные), доказывающие либо опровергающие эти концепции и подходы.

В ходе занятия студенты изначально изучают подходы к настоящей проблематике, подбирая и выписывая примеры, подтверждающие либо опровергающие аргументацию в рамках каждого из подходов.

Далее в ходе занятия студенты самостоятельно подбирают и выписывают примеры из реальной жизни, раскрывающие значение данной проблематики для будущей профессиональной деятельности специалистов сферы СКД. После этого, на основе вышеуказанных примеров, они составляют план-схему развернутого ответа на вопрос относительно значения данной проблематики для своей будущей профессиональной деятельности. Задание: разработать свою собственную программу работы имиджмейкера с руководителем учреждения социально-культурной сферы.

На завершающем этапе занятия студенты подводят итоги своей работы – применительно к значимости как наиболее убедительных подходов к изучаемой проблематике, так и самой этой проблематики - для своей будущей профессиональной деятельности и социокультурных процессов в жизни общества.

**Список литературы:**

1. Список основной и дополнительной литературы представлен

в разделе 6 рабочей программы.

**Раздел 2. Роль имиджа в деятельности учреждений социально-культурной сферы**

**Практическое занятие № 8.**

**Тема: Методы преподавания имиджеологии как учебного предмета.**

**Продолжительность:** 2часа.

**Форма**: практическое занятие.

**Цель:** формирование умений и навыков работы с материалом учебной литературы теоретико-методологического характера – применительно к задачам закрепления базовых знаний, полученных в рамках лекционного занятия по теме.

**План:**

1. В начале занятия студенты изучают теоретико-методологические подходы относительно базовых особенностей методологии преподавания имиджеологии как учебного предмета, а также подходы относительно данной методологии и дидактики, анализируя сильные и слабые стороны таких подходов.

2. В ходе занятия студенты проводят сравнительный анализ вышеуказанных подходов – на основе подбора аргументов, опирающихся на примеры из реальной жизни.

3. На завершающем этапе занятия студенты анализируют прикладное значение изучаемой проблематики.

**Методические рекомендации к практическому занятию:**

При подготовке к практическому занятию студенты самостоятельно изучают основополагающие подходы и концепции, связанные с изучаемой тематикой, подбирая примеры (как исторические, так и современные), доказывающие либо опровергающие эти концепции и подходы.

В ходе занятия студенты изначально изучают подходы к настоящей проблематике, подбирая и выписывая примеры, подтверждающие либо опровергающие аргументацию в рамках каждого из подходов.

Далее в ходе занятия студенты самостоятельно подбирают и выписывают примеры из реальной жизни, раскрывающие значение данной проблематики для будущей профессиональной деятельности специалистов сферы СКД. После этого, на основе вышеуказанных примеров, они составляют план-схему развернутого ответа на вопрос относительно значения данной проблематики для своей будущей профессиональной деятельности. Задание: разработать план-конспект собственных учебных занятий в рамках преподавания имиджеологии как учебного предмета

На завершающем этапе занятия студенты подводят итоги своей работы – применительно к значимости как наиболее убедительных подходов к изучаемой проблематике, так и самой этой проблематики - для своей будущей профессиональной деятельности и социокультурных процессов в жизни общества.

**Список литературы:**

1. Список основной и дополнительной литературы представлен в разделе 6 рабочей программы.

**Практическое занятие № 9.**

**Тема: Технология имиджирования: позиционное представление презентации.**

**Продолжительность:** 4 часа.

**Форма**: практическое занятие.

**Цель:** формирование умений и навыков работы с материалом учебной литературы теоретико-методологического характера – применительно к задачам закрепления базовых знаний, полученных в рамках лекционного занятия по теме.

**План:**

1. В начале занятия студенты изучают теоретико-методологические подходы относительно специфики и составляющих технологий имиджирования (включая методологии позиционного представления презентаций), анализируя сильные и слабые стороны вышеуказанных подходов.

2. В ходе занятия студенты проводят сравнительный анализ вышеуказанных подходов – на основе подбора аргументов, опирающихся на примеры из реальной жизни.

3. На завершающем этапе занятия студенты анализируют прикладное значение изучаемой проблематики.

**Методические рекомендации к практическому занятию:**

При подготовке к практическому занятию студенты самостоятельно изучают основополагающие подходы и концепции, связанные с изучаемой тематикой, подбирая примеры из реальной современной жизни, доказывающие либо опровергающие эти концепции и подходы.

Далее в ходе занятия студенты самостоятельно подбирают и выписывают примеры из реальной жизни, раскрывающие значение данной проблематики для будущей профессиональной деятельности специалистов сферы СКД. После этого, на основе вышеуказанных примеров, они составляют план-схему развернутого ответа на вопрос относительно значения данной проблематики для своей будущей профессиональной деятельности. Задание: разработать модель прикладной технологии имиджирования, отражающую факторы и детерминанты формирования и трансляции данного имиджа. .

На завершающем этапе занятия студенты подводят итоги своей работы – применительно к значимости как наиболее убедительных подходов к изучаемой проблематике, так и самой этой проблематики - для своей будущей профессиональной деятельности и социокультурных процессов в жизни общества.

**Список литературы:**

1. Список основной и дополнительной литературы в целом представлен

в разделе 6 рабочей программы.

**Практическое занятие № 10.**

**Тема: Человековедческие технологии в работе имиджмейкера.**

**Продолжительность:** 4часа.

**Форма**: практическое занятие.

**Цель:** формирование умений и навыков работы с материалом учебной литературы теоретико-методологического характера – применительно к задачам закрепления базовых знаний, полученных в рамках лекционного занятия по теме.

**План:**

1. В начале занятия студенты изучают теоретико-методологические подходы относительно характера и составляющих основных технологий человековедческого характера в работе имиджмейкера, а также основные взгляды на специфику таких технологий, анализируя сильные и слабые стороны таких взглядов.

2. В ходе занятия студенты проводят сравнительный анализ вышеуказанных подходов – на основе подбора аргументов, опирающихся на примеры из реальной жизни.

3. На завершающем этапе занятия студенты анализируют прикладное значение изучаемой проблематики.

**Методические рекомендации к практическому занятию:**

При подготовке к практическому занятию студенты самостоятельно изучают основополагающие подходы и концепции, связанные с изучаемой тематикой, подбирая примеры (как исторические, так и современные), доказывающие либо опровергающие эти концепции и подходы.

В ходе занятия студенты изначально изучают подходы к настоящей проблематике, подбирая и выписывая примеры, подтверждающие либо опровергающие аргументацию в рамках каждого из подходов.

Далее в ходе занятия студенты самостоятельно подбирают и выписывают примеры из реальной жизни, раскрывающие значение данной проблематики для будущей профессиональной деятельности специалистов сферы СКД. После этого, на основе вышеуказанных примеров, они составляют план-схему развернутого ответа на вопрос относительно значения данной проблематики для своей будущей профессиональной деятельности. Задание: разработать собственную модель человекеведческой технологии, служащей целям формирования и трансляции имиджа учреждения социально-культурной сферы.

На завершающем этапе занятия студенты подводят итоги своей работы – применительно к значимости как наиболее убедительных подходов к изучаемой проблематике, так и самой этой проблематики - для своей будущей профессиональной деятельности и социокультурных процессов в жизни общества.

**Список литературы:**

1. Список основной и дополнительной литературы представлен

в разделе 6 рабочей программы.

**Практическое занятие № 11.**

**Тема: Разработка и применение стратегий формирования имиджа.**

**Продолжительность:** 4 часа.

**Форма**: практическое занятие.

**Цель:** формирование умений и навыков работы с материалом учебной литературы теоретико-методологического характера – применительно к задачам закрепления базовых знаний, полученных в рамках лекционного занятия по теме.

**План:**

1. В начале занятия студенты изучают теоретико-методологические подходы относительно специфики базовых факторов и детерминант, предопределяющих разработку стратегий формирования имиджей, а также методологий применения таких стратегий, анализируя сильные и слабые стороны вышеуказанных подходов.

2. В ходе занятия студенты проводят сравнительный анализ вышеуказанных подходов – на основе подбора аргументов, опирающихся на примеры из реальной жизни.

3. На завершающем этапе занятия студенты анализируют прикладное значение изучаемой проблематики.

**Методические рекомендации к практическому занятию:**

При подготовке к практическому занятию студенты самостоятельно изучают основополагающие подходы и концепции, связанные с изучаемой тематикой, подбирая примеры из реальной современной жизни, доказывающие либо опровергающие эти концепции и подходы.

Далее в ходе занятия студенты самостоятельно подбирают и выписывают примеры из реальной жизни, раскрывающие значение данной проблематики для будущей профессиональной деятельности специалистов сферы СКД. После этого, на основе вышеуказанных примеров, они составляют план-схему развернутого ответа на вопрос относительно значения данной проблематики для своей будущей профессиональной деятельности. Задание: разработать собственные модели разработки и применения конкретных стратегий формирования имиджа алгоритма формирования имиджа руководителя учреждения СКС, отражающую функционирование всех его базовых механизмов.

На завершающем этапе занятия студенты подводят итоги своей работы – применительно к значимости как наиболее убедительных подходов к изучаемой проблематике, так и самой этой проблематики - для своей будущей профессиональной деятельности и социокультурных процессов в жизни общества.

**Список литературы:**

1. Список основной и дополнительной литературы в целом представлен

в разделе 6 рабочей программы.

**Практическое занятие № 12.**

**Тема: Индивидуальный имидж.**

**Продолжительность:** 2часа.

**Форма**: практическое занятие.

**Цель:** формирование умений и навыков работы с материалом учебной литературы теоретико-методологического характера – применительно к задачам закрепления базовых знаний, полученных в рамках лекционного занятия по теме.

**План:**

1. В начале занятия студенты изучают теоретико-методологические подходы относительно основных компонентов и составляющих, образующих специфику, структуру и составляющие индивидуального имиджа, анализируя сильные и слабые стороны таких подходов.

2. В ходе занятия студенты проводят сравнительный анализ вышеуказанных подходов – на основе подбора аргументов, опирающихся на примеры из реальной жизни.

3. На завершающем этапе занятия студенты анализируют прикладное значение изучаемой проблематики.

**Методические рекомендации к практическому занятию:**

При подготовке к практическому занятию студенты самостоятельно изучают основополагающие подходы и концепции, связанные с изучаемой тематикой, подбирая примеры из различных сфер и областей жизни, доказывающие либо опровергающие эти концепции и подходы.

В ходе занятия студенты изначально изучают подходы к настоящей проблематике, подбирая и выписывая примеры, подтверждающие либо опровергающие аргументацию в рамках каждого из подходов.

Далее в ходе занятия студенты самостоятельно подбирают и выписывают примеры из реальной жизни, раскрывающие значение данной проблематики для будущей профессиональной деятельности специалистов сферы СКД. После этого, на основе вышеуказанных примеров, они составляют план-схему развернутого ответа на вопрос относительно значения данной проблематики для своей будущей профессиональной деятельности. Задание: разработать собственную модель индивидуального имиджа специалиста социально-культурной сферы.

На завершающем этапе занятия студенты подводят итоги своей работы – применительно к значимости как наиболее убедительных подходов к изучаемой проблематике, так и самой этой проблематики - для своей будущей профессиональной деятельности и социокультурных процессов в жизни общества.

**Список литературы:**

1. Список основной и дополнительной литературы представлен

в разделе 6 рабочей программы.

**3.3. Вопросы для самоконтроля по разделам дисциплины**

*Раздел 1. Имиджеология в социально-культурной деятельности*

1. Имиджелогия как наука, практика и искусство.
2. Имиджелогия как система взглядов о законах массовой коммуникации.
3. Истоки имиджелогии.
4. Место имиджелогии в ряду научных дисциплин.
5. Становление имиджелогии в странах Запада и в России.
6. Связь имиджелогии и паблик рилейшнз.
7. Теоретические и прикладные модели массовой коммуникации.
8. Имиджелогия - отрасль современного человековедения.
9. Определение понятия имиджелогии, образа, облика.
10. Имидж и маска.
11. Компоненты имиджа личности.
12. Основные условия формирования имиджа.
13. Имидж как одаренность. "Я-концепция". Имидж-эффект. Имидж и сим-вол.
14. Разновидности имиджа.
15. Имиджелогия как теория естественных иерархий.
16. Место категории имиджа в междисциплинарном научном дискурсе.
17. Области знания, изучающие различные аспекты формирования и функционирования имиджа: PR, социология, социальная психология, теории коммуникации, конфликтология, маркетинг, политология, менеджмент, риторика.
18. Принципы имиджелогии.

*Раздел 2. Роль имиджа в деятельности учреждений социально-культурной сферы*

1. Приоритетные функции имиджа (ценностные, технологические).
2. Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа.
3. Роль механизмов социально-психологического влияния в процессе формирования имиджа.
4. .Этические проблемы деятельности имиджмейкера по формированию и
5. Свойства имиджа. Функции имиджа.
6. Потребности как психологические предпосылки возникновения индустрии имиджа.
7. Коммуникационная модель формирования имиджа. Каналы передачи информации.
8. Тройственное понимание субъекта имиджа: субъект воспринимающий (аудитория), субъект транслирующий (прообраз) и субъект формирующий (имиджмейкер). миджа клиента.
9. Имидж и его компоненты.
10. Структура и слагаемые имиджа.
11. Когнитивный, аффективный и поведенческий компоненты имиджа.
12. Сознательный и бессознательные уровни функционирования имиджа.
13. Функциональные и психологические преимущества объекта.
14. Ключевые имиджевые характеристики объекта.
15. Проблема объекта и субъекта имиджа.
16. Содержание категории «имиджмейкерство».
17. Понятие инструментария в имиджелогии и специфика его использования
18. Личность как реципиент имиджа.

**4. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Настоящая учебная дисциплина «Имиджеология в социально-культурной деятельности» является достаточно значимой и актуальной для подготовки бакалавров, осуществляемой в соответствии с учебным планом института по направлению подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность. Курс является основой для изучения фундаментальных теоретико-методологических и практико-методологических проблематик в области технологий социально-культурной деятельности. Дисциплина связана с такими базовыми дисциплинами учебного плана, какТеория и практика связей с общественностью», «Технологические основы СКД», «Рекреативные технологии», «Социально-культурное проектирование в СКД», а также с рядом проблематик других дисциплин социально-гуманитарного характера. Приступая к изучению настоящей учебной дисциплины, студент должен на достаточном уровне для обучения знать основы таких дисциплин, как «История России» и «Обществознание».

Для эффективного освоения дисциплины отдельные аспекты и составляющие проблематик курса осваиваются студентами самостоятельно.

Основная цель самостоятельной работы обучающихся – выработка навыков самостоятельного получения знаний и самостоятельного анализа материала, формирование научных основ практической деятельности. Главная задача самостоятельной работы обучающихся – развитие умения приобретения научных знаний путем личного поиска информации, формирования активного интереса к учебной дисциплине; систематизации и закреплении полученных теоретических знаний и практических умений, углубление и расширение общего кругозора в сфере социогуманитарного знания как такового. Применительно к задачам систематизации знаний по дисциплине первоначальное внимание следует обратить на рабочую программу курса, которая включает в себя разделы и основные проблемы дисциплины, в рамках которых и формируются вопросы для контроля и аттестации. Поэтому студент, заранее ознакомившись с программой курса, может лучше сориентироваться в последовательности освоения курса с позиций организации самостоятельной работы.

При организации процесса освоения дисциплины следует учитывать:

*1. Планирование времени, отведенного на освоение дисциплины.*

В рамках планирования времени на освоение дисциплины следует руководствоваться следующими условиями и факторами: структурой дисциплины, в которой указаны количество академических часов в разрезе каждой темы, виды занятий (лекционные, практические) и часы на самостоятельную работу; формой текущего контроля успеваемости (тесты, выполнение различных занятий и др.); формой промежуточной аттестации (зачет).

*2. Последовательность действий при освоении дисциплины.*

Изучение каждой темы дисциплины целесообразно начинать с изучения места и роли данной темы в структуре курса как таковом; затем следует этап подбора источников из числа рекомендуемых и подобранных самостоятельно. Рекомендуется вести перечень проблемных вопросов как по существу темы, обусловленных пробелами в области общего социогуманитарного кругозора и т.д., так и в случае с пониманием специфики изложенного в источниках материала (указанные вопросы могут быть разрешены самостоятельно, во время сессионных занятий или на консультации с преподавателем).

Подготовка студентов к семинарским занятиям по данной дисциплине заключается в самостоятельной работе с источниками, представленными в списках основной и дополнительной литературы. Практические занятия проводятся в формах предусмотренных учебно-тематическим планом. На семинаре делаются доклады по темам занятий в виде выступлений, студент должен проявлять максимальную активность.

Для подготовки к практическим занятиям рекомендуется подробно изучить конспект лекций, предшествующих практическому занятию. Также рекомендуется ознакомиться с методологией проведения практических занятий, изложенной ниже. Вышеуказанная методология включает следующие составляющие: объяснение задания и навыков (компетенций), которые закрепляются в ходе его выполнения; знакомство с конкретными источниками информации для выполнения задания; обсуждение и уточнение вопросов в ходе анализа источников информации; совместный просмотр первичных результатов, оценка их соответствия по формальным и содержательным критериям.

*3. Использование учебно-методических материалов и работу с литературой.*

В целях эффективной подготовки к текущему контролю по дисциплине необходимо использовать рекомендованную основную и дополнительную литературу, конспекты лекций, разработки студентов, выполненные в результате подготовки и выполнения практических заданий.

*4. Подготовку к текущему контролю успеваемости и выполнению домашних индивидуальных заданий.*

При выполнении индивидуальных заданий, изложенных в разрезе тем дисциплины рабочей программы, следует руководствоваться методическими указаниями, представленными по каждому виду индивидуальных заданий в указанном разделе. Эти задания могут быть представлены в таких формах, как устные и письменные опросы, подготовка докладов, рефератов. Интерактивные формы требуют от студента активности и внимательности на занятиях, что требует от студента специальной подготовки – изучение научной, справочной, методической литературы и периодических изданий, сетевых Интернет-ресурсов и др.

*5. Для оценивания результатов обучения в виде умений и навыков* используются практические задания, включающих один или несколько вопросов в виде краткой формулировки действий, которые следует выполнить, или описание результата, который нужно получить. К ним можно отнести: несложные задания по выполнению конкретных действий. Простые задания применяются для оценки умений. Комплексные практические задания применяются для оценки качества освоения совокупностью знаний, умений и навыков в их взаимосвязи.

*6. Для оценивания результатов обучения в виде знаний используются следующие процедуры и технологии:* тестирование; индивидуальное собеседование, различные формы письменных опросов. Основной задачей текущего контроля успеваемости обучающихся является повышение качества знаний, приобретение и развитие ими навыков самостоятельной работы. Текущий контроль знаний обучающихся по дисциплине может иметь следующие виды: устный опрос на лекциях, практических занятиях; проверка выполнения письменных самостоятельных работ всех форм и видов; проверка выполнения тестовых и иных заданий.

Для успешного освоения дисциплины «Имиджеология в социально-культурной деятельности» студенту необходимо:

• Регулярно посещать лекционные и практические занятия; в случае пропуска – своевременно самостоятельно отрабатывать пропущенный материал.

• Тщательно и в полном объеме выполнять задания педагога, проявляя при этом активность и инициативность.

• Читать специальную литературу по темам дисциплины (см. п.6).

• Рекомендуется вести перечень проблемных вопросов, возникающих в ходе изучения дисциплины, которые можно затем разрешить самостоятельно, во время занятий или в ходе консультации с преподавателем.

• В ходе выполнения практических заданий рекомендуется изучать конспекты лекций, предшествующих практическому занятию.

• Рекомендуется составить терминологический словарик для усвоения профессиональной терминологии.

Для эффективного освоения дисциплины отдельные аспекты и составляющие проблематик курса осваиваются студентами самостоятельно.

Основная цель самостоятельной работы обучающихся – выработка навыков самостоятельного получения знаний и самостоятельного анализа материала, формирование научных основ практической деятельности. Главная задача самостоятельной работы обучающихся – развитие умения приобретения научных знаний путем личного поиска информации, формирования активного интереса к учебной дисциплине; систематизации и закреплении полученных теоретических знаний и практических умений, углубление и расширение общего кругозора в сфере социогуманитарного знания как такового.

**5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

**5.1. Перечень компетенций и этапы их формирования**

|  |  |
| --- | --- |
| Код | Формулировка |
| **ПК** | **Профессиональные компетенции** |
| ПК-9 | Способность к реализации технологий менеджмента и маркетинга в сфере социально-культурной деятельности. |
| ПК-12 | Способность к организации творческо-производственной деятельности и к руководству учреждениями культуры |

**Этапы формирования компетенций**

**ПК-9**

**Начальный этап.** На этом этапе формируются знания и инструментальные основы компетенции, осваиваются основные категории, формируются базовые умения. Студент воспроизводит термины, факты, методы, понятия, принципы и правила; решает учебные задачи по образцу. Применительно к специфике ПК-9 это выражается в следующем: есть обобщенные поверхностные представления относительно грамотных и адекватных принципов реализации связанных с имиджами базовых аспектов и методик социокультурного характера в рамках технологий менеджмента в сфере СКД; умения в данной области проявляются фрагментарно. Если студент отвечает этим требования можно говорить об освоении им ***порогового уровня*** сформированности компетенции.

**Основной этап.** Знания, умения, навыки, обеспечивающие формирование компетенции, значительно возрастают, но еще не достигают итоговых значений. На этом этапе студент осваивает аналитические действия с предметными знаниями по конкретной проблематике, способен самостоятельно решать учебные задачи, внося коррективы в алгоритм действий, осуществляя саморегуляцию в ходе работы, умозрительно переносить знания и умения на новые условия. Применительно к специфике ПК-9 это выражается в следующем: есть базовые знания и представления относительно грамотных и адекватных принципов реализации связанных с имиджами базовых аспектов и методик социокультурного характера в рамках технологий менеджмента в сфере СКД - в сочетании с базовыми способностями в области использования вышеуказанных знаний. Успешное прохождение этого этапа позволяет достичь ***стандартного уровня*** сформированности компетенции.

**Завершающий этап.** На этом этапе студент достигает итоговых показателей по заявленной компетенции, то есть осваивает весь необходимый объем знаний, овладевает всеми умениями и навыками в сфере заявленной компетенции. Он способен использовать эти знания, умения, навыки при решении задач повышенной сложности и в нестандартных условиях. Применительно к специфике ПК-9 это выражается в следующем: есть глубокие, всесторонние, системные и комплексные знания и представления относительно грамотных и адекватных принципов реализации связанных с имиджами базовых аспектов и методик социокультурного характера в рамках технологий менеджмента в сфере СКД - в сочетании с высокоразвитыми способностями в области использования вышеуказанных знаний. По результатам этого этапа студент демонстрирует ***эталонный уровень*** сформированности компетенции. Показателями успешности освоения студентом данной учебной дисциплины при проведении итогового контроля являются набор освоенных компетенций знаний, умений и навыков.

**ПК-12**

**Начальный этап.** На этом этапе формируются знания и инструментальные основы компетенции, осваиваются основные категории, формируются базовые умения. Студент воспроизводит термины, факты, методы, понятия, принципы и правила; решает учебные задачи по образцу. Применительно к специфике ПК-12 это выражается в следующем: есть обобщенные поверхностные представления относительно принципов реализации связанных с имиджами социокультурных аспектов и методик в сфере управления и методик творческо-производственной деятельности; умения в данной области проявляются фрагментарно. Если студент отвечает этим требования можно говорить об освоении им ***порогового уровня*** сформированности компетенции:

**Основной этап.** Знания, умения, навыки, обеспечивающие формирование компетенции, значительно возрастают, но еще не достигают итоговых значений. На этом этапе студент осваивает аналитические действия с предметными знаниями по конкретной проблематике, способен самостоятельно решать учебные задачи, внося коррективы в алгоритм действий, осуществляя саморегуляцию в ходе работы, умозрительно переносить знания и умения на новые условия. Применительно к специфике ПК-12 это выражается в следующем: есть базовые знания и представления относительно грамотных и адекватных принципов реализации связанных с имиджами социокультурных аспектов и методик в сфере управления и методик творческо-производственной деятельности - в сочетании с базовыми способностями в области использования вышеуказанных знаний. Успешное прохождение этого этапа позволяет достичь ***стандартного уровня*** сформированности компетенции.

**Завершающий этап.** На этом этапе студент достигает итоговых показателей по заявленной компетенции, то есть осваивает весь необходимый объем знаний, овладевает всеми умениями и навыками в сфере заявленной компетенции. Он способен использовать эти знания, умения, навыки при решении задач повышенной сложности и в нестандартных условиях. Применительно к специфике ПК-12 это выражается в следующем: есть глубокие, всесторонние, системные и комплексные знания и представления относительно грамотных и адекватных принципов реализации связанных с имиджами социокультурных аспектов и методик в сфере управления и методик творческо-производственной деятельности - в сочетании с высокоразвитыми способностями в области использования вышеуказанных знаний. По результатам этого этапа студент демонстрирует ***эталонный уровень*** сформированности компетенции.

* 1. **Показатели и критерии оценивания компетенций**

Промежуточная аттестация реализуется в ходе сдачи обучающимися экзамена. Студенты, активно участвовавшие в работе на всех практических занятиях, допускаются к экзамену. Помимо этого, обязательным условием допуска к экзамену является усвоение терминологического аппарата имиджеологии. Экзамен проходит в форме устного собеседования по билетам. В случае неудовлетворительной оценки студент имеет право пересдать зачет в установленном порядке.

***Критерии оценивания для проведения промежуточной аттестации учащихся по дисциплине***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Шкалы оценивания | | Критерии |
| экзамен | зачет |
| Отлично | Зачтено | Теоретическое содержание дисциплины освоено полностью; практические навыки работы с освоенным материалом сформированы; все учебные задания, предусмотренные рабочей программой дисциплины, выполнены; уровень качества их выполнения оценен как высокий. |
| Хорошо | Зачтено | Теоретическое содержание дисциплины освоено полностью; некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно; все учебные задания, предусмотренные рабочей программой дисциплины, выполнены; уровень качества их выполнения оценен как продвинутый. |
| Удовлетво-рительно | Зачтено | Теоретическое содержание дисциплины освоено частично, но пробелы не носят существенного характера; некоторые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы; не все учебные задания, предусмотренные рабочей программой дисциплины, выполнены, либо качество выполнения некоторых заданий не соответствует базовому уровню. |
| Неудовлет-ворительно | Не зачтено | Теоретическое содержание дисциплины освоено фрагментарно; навыки работы с материалом несформированы; не все учебные задания, предусмотренные рабочей программой дисциплины, выполнены, либо качество выполнения некоторых заданий не соответствует базовому уровню. |

**5.3 Материалы для оценки и контроля результатов обучения**

***Материалы для оценки и контроля результатов обучения (очная форма обучения)***

1. Имиджелогия: сущность и специфика учебного предмета (ПК-9, ПК-12).

2. Имиджелогия как наука, практика и искусство (ПК-9, ПК-12).

3. Имиджелогия как система взглядов о законах массовой коммуникации. . (ПК-9, ПК-12)

4. Истоки имиджелогии (ПК-9, ПК-12)

5. Место имиджелогии в ряду научных дисциплин.

6. Становление имиджелогии в странах Запада и в России. . (ПК-9, ПК-12)

7. Связь имиджелогии и паблик рилейшнз. . (ПК-9, ПК-12)

8. Теоретические и прикладные модели массовой коммуникации.

9. Имиджелогия - отрасль современного человековедения. Определение понятия имиджелогии, образа, облика (ПК-9, ПК-12).

10. Имидж и маска. Компоненты имиджа личности (ПК-9, ПК-12).

11. Основные условия формирования имиджа. Имидж как одаренность. «Я-концепция» (ПК-9, ПК-12).

12. . Имидж-эффект. Имидж и сим-вол. Разновидности имиджа. Обаяние – «личностное сияние». Обаяние: большой секрет и маленькие хитрости. Слагаемые привлекательности. Специфика эффекта "личного обаяния". Человек - конструктор своего имиджа (ПК-9, ПК-12).

13. Место категории имиджа в междисциплинарном научном дискурсе (ПК-9, ПК-12)

14. Области знания, изучающие различные аспекты формирования и функционирования имиджа: PR, социология, социальная психология, . (ПК-9, ПК-12) теории коммуникации, конфликтология, маркетинг, политология, менеджмент, риторика (ПК-9, ПК-12).

15. Принципы имиджелогии (ПК-9, ПК-12).

16. Приоритетные функции имиджа (ценностные, технологические). Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа (ПК-9, ПК-12).

17. Роль механизмов социально-психологического влияния в процессе формирования имиджа (ПК-9, ПК-12).

18. Этические проблемы деятельности имиджмейкера по формированию имиджа клиента (ПК-9, ПК-12).

19. Закономерности формирования и функционирования имиджа.

20. Определение имиджа. . (ПК-9, ПК-12)

21. Имидж как специально формируемый образ для достижения целей. . (ПК-9, ПК-12)

22. Имидж и натура. Личина и лик. Образ и имидж (ПК-9, ПК-12).

23. Свойства имиджа. Функции имиджа (ПК-9, ПК-12).

24. Потребности как психологические предпосылки возникновения индустрии имиджа (ПК-9, ПК-12).

25. Коммуникационная модель формирования имиджа. Каналы передачи информации (ПК-9, ПК-12).

26. Содержание категории «имиджмейкерство» (ПК-9, ПК-12).

27. Понятие инструментария в имиджелогии и специфика его использования. . (ПК-9, ПК-12)

28. Основные инструменты: позиционирование, манипулирование, мифологизация (ПК-9, ПК-12).

29. Наиболее часто используемые приемы формирования имиджа: эмоционализация, акцентирование информации, замена целей, подача противоречивых сигналов, метафоризация, контекстное введение знаков. . (ПК-9, ПК-12)

30. Программа работы имиджмейкера в консалтинговой сфере (ПК-9, ПК-12).

31.Концептуальный подход. Роль и функции имиджмейкера в работе с личностью. Методы работы имиджмейкера. (ПК-9, ПК-12)

32 Механизмы влияния в процессе формирования имиджа. . (ПК-9, ПК-12)

33. Разработка и применение стратегий формирования имиджа. . (ПК-9, ПК-12)

34. Индивидуальный имидж (ПК-9, ПК-12).

35.Понятия индивида и индивидуальности. Внешняя и внутренняя мотивация по созданию имиджа. Оригинальный и наведенный виды имиджа. . (ПК-9, ПК-12).

36.Имидж руководителя (ПК-9, ПК-12).

37.Личность, имидж и руководитель (ПК-9, ПК-12).

38.Соотношение понятий: лидер и руководитель. Психологический портрет слабого и сильного руководителя (ПК-9, ПК-12).

***Материалы для оценки и контроля результатов обучения (заочная форма обучения)***

1. Имиджелогия: сущность и специфика учебного предмета (ПК-9, ПК-12).

2. Имиджелогия как наука, практика и искусство (ПК-9, ПК-12).

3. Имиджелогия как система взглядов о законах массовой коммуникации. . (ПК-9, ПК-12)

4. Истоки имиджелогии. . (ПК-9, ПК-12)

5. Место имиджелогии в ряду научных дисциплин.

6. Становление имиджелогии в странах Запада и в России. . (ПК-9, ПК-12)

7. Связь имиджелогии и паблик рилейшнз. . (ПК-9, ПК-12)

8. Теоретические и прикладные модели массовой коммуникации.

9. Имиджелогия - отрасль современного человековедения. Определение понятия имиджелогии, образа, облика (ПК-9, ПК-12).

10. Имидж и маска. Компоненты имиджа личности (ПК-9, ПК-12).

11. Основные условия формирования имиджа. Имидж как одаренность. «Я-концепция» (ПК-9, ПК-12).

12. . Имидж-эффект. Имидж и сим-вол. Разновидности имиджа. Обаяние – «личностное сияние». Обаяние: большой секрет и маленькие хитрости. Слагаемые привлекательности. Специфика эффекта "личного обаяния". Человек - конструктор своего имиджа (ПК-9, ПК-12).

13. Место категории имиджа в междисциплинарном научном дискурсе (ПК-9, ПК-12)

14. Области знания, изучающие различные аспекты формирования и функционирования имиджа: PR, социология, социальная психология, . (ПК-9, ПК-12) теории коммуникации, конфликтология, маркетинг, политология, менеджмент, риторика (ПК-9, ПК-12).

15. Принципы имиджелогии (ПК-9, ПК-12).

16. Приоритетные функции имиджа (ценностные, технологические). Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа (ПК-9, ПК-12).

17. Роль механизмов социально-психологического влияния в процессе формирования имиджа (ПК-9, ПК-12).

18. Этические проблемы деятельности имиджмейкера по формированию имиджа клиента (ПК-9, ПК-12).

19. Закономерности формирования и функционирования имиджа.

20. Определение имиджа. . (ПК-9, ПК-12)

21. Имидж как специально формируемый образ для достижения целей. . (ПК-9, ПК-12)

22. Имидж и натура. Личина и лик. Образ и имидж (ПК-9, ПК-12).

23. Свойства имиджа. Функции имиджа (ПК-9, ПК-12).

24. Потребности как психологические предпосылки возникновения индустрии имиджа (ПК-9, ПК-12).

25. Коммуникационная модель формирования имиджа. Каналы передачи информации (ПК-9, ПК-12).

26. Содержание категории «имиджмейкерство» (ПК-9, ПК-12).

27. Понятие инструментария в имиджелогии и специфика его использования. . (ПК-9, ПК-12)

28. Основные инструменты: позиционирование, манипулирование, мифологизация (ПК-9, ПК-12).

29. Наиболее часто используемые приемы формирования имиджа: эмоционализация, акцентирование информации, замена целей, подача противоречивых сигналов, метафоризация, контекстное введение знаков. . (ПК-9, ПК-12)

30. Программа работы имиджмейкера в консалтинговой сфере (ПК-9, ПК-12).

31.Концептуальный подход. Роль и функции имиджмейкера в работе с личностью. Методы работы имиджмейкера. (ПК-9, ПК-12)

32 Механизмы влияния в процессе формирования имиджа. . (ПК-9, ПК-12)

33. Разработка и применение стратегий формирования имиджа. . (ПК-9, ПК-12)

34. Индивидуальный имидж (ПК-9, ПК-12).

35.Понятия индивида и индивидуальности. Внешняя и внутренняя мотивация по созданию имиджа. Оригинальный и наведенный виды имиджа. . (ПК-9, ПК-12).

36.Имидж руководителя (ПК-9, ПК-12).

37.Личность, имидж и руководитель (ПК-9, ПК-12).

38.Соотношение понятий: лидер и руководитель. Психологический портрет слабого и сильного руководителя (ПК-9, ПК-12).

* 1. **. Методические материалы по оцениванию результатов обучения**

Текущий контроль за уровнем результативности изучения дисциплины не предусмотрен.

Итоговый контроль осуществляется в конце изучения курса дисциплины на экзамене, включает в себя собеседование по теоретическим вопросам.

Для эффективной подготовки к промежуточной аттестации по дисциплине необходимо использовать рекомендованную основную и дополнительную литературу, конспекты лекций, записи, сделанные в ходе подготовки к практическим занятиям. По результатам сдачи экзамена студенты получают количественную оценку («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»).

Оценка знаний в ходе экзамена производится в рамках пятибалльной шкалы (количественные оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно»). В случае неудовлетворительной оценки студент имеет право пересдать экзамен в установленном порядке.

*Основные аспекты содержания промежуточного и итогового контроля результативности изучения дисциплины*

1. Проверка уровня освоения учебного материала, представленного на лекциях и практических занятиях;

2. Проверка знаний и умений, полученных в ходе самостоятельной подготовки к разным типам занятий;

3. Проверка знания и навыков владения основным терминологическим аппаратом;

4. Проверка знаний и навыков использования в профессиональной деятельности ключевых методик и принципов в сфере написания сценария и постановки культурно-досуговой программы.

*Основные аспекты промежуточного и итогового контроля результативности изучения дисциплины*

Промежуточный контроль включает:

– промежуточное тестирование;

- проведение экзаменов и зачетов согласно всем требованиям к ним.

Итоговый контроль включает:

– проверка подготовки контрольных вопросов к экзаменам;

- проведение экзаменов согласно всем требованиям к ним;

- защиту творческих работ.

*Отдельные формы контроля результативности изучения дисциплины*

*Собеседование*– средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной и рассчитанное на выяснение объема знаний по определенному вопросу (из перечня вопросов к зачетам). При оценивании результатов собеседования критериями оценки результатов выступают:

– усвоения знаний (глубина, прочность, систематичность знаний);

– умений применять знания (адекватность применяемых знаний в конкретной ситуации);

– рациональность используемых подходов, умение логически выстроить ответ;

– сформированность профессионально значимых личностных качеств;

– коммуникативные навыки (умение поддерживать и активизировать беседу).

*Тестирование* как технология оценки учебных достижений студентов. Педагогический тест – это система заданий специфической формы, определенного содержания, упорядоченных в рамках определенной стратегии предъявления, позволяющая качественно оценить структуру и эффективно измерить уровень знаний, умений и навыков по учебной дисциплине/модулю. При оценивании теста оценка «зачтено» ставится при правильном выполнении не менее 2/ 3 тестовых заданий.

1. **РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**
   1. **Основная и дополнительная учебная литература**

**6.1.1. Основная учебная литература:**

1. Тульчинский Г.Л., Шекова Е.Л. Маркетинг в сфере культуры: Учебное пособие / Г.Л. Тульчинский, Е.Л. Шекова - Издательство "Лань", "Планета музыки", 2019. – 496 с. - [Электронный ресурс]. - URL: <https://e.lanbook.com/book/117648?category=2613>
2. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Ф.И. Шарков. – М.: Дашков и К°, 2016. - 324 с. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453044>...

**6.1.2. Дополнительная литература**

1. Зайцева, Т.В. Социально-культурные технологии: учебно-методическое пособие / Т.В. Зайцева ; Министерство культуры Российской Федерации, Кемеровский государственный институт культуры, Факультет социально-культурных технологий, Кафедра социально-культурной деятельности. - Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2016. - 68 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-8154-0409-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=487739>...
2. Лужнова, Н.В. Маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Н.В. Лужнова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Оренбургский Государственный Университет. - Оренбург: ОГУ, 2016. - 141 с. - URL:[http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481768](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=481768)

**6.1.3 Рекомендованная учебная литература**

1. Бердышев С.Н. Организация выставочной деятельности: Учебное пособие / С.Н.Бердышев. – М.: Издат.-торг. Корпорация «Дашков и Ко», 2008. – 228с.
2. Основы выставочно-ярмарочной деятельности: Учеб.пособие для вузов / Л.Е.Стровский, Е.Д.Фролова, Д.Л.Стровский и др.; Под ред. Л.Е.Стровского. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2005. – 288с.
3. Реклама в социально- культурной сфере [Текст]: учеб. пособие /под науч. ред. Е. В. Великановой; рек. УМО.- Тамбов: Бизнес-Наука-Общество, 2012.- 233 с.
4. Современные технологии социально-культурной деятельности: учеб.пособие. - изд. 2-е, перераб. и допол.; Мин-во образ. и науки РФ, ФГБОУВПО «Тамб. гос. ун-т им. Г.Р. Державина».- Тамбов: Бизнес-Наука-Общество, 2012 – 431с.
5. Тульчинский Г.Л., Шекова Е.Л. Менеджмент в сфере культуры: учебное пособие [Текст] / Г.Л. Тульчинский, Е.Л.Шекова; - 5-е изд., испр. и доп. - СПб.: Издательство «Лань», Издательство «ПЛАНЕТА МУЗЫКИ», 2013. – 544 с.
6. Тульчинский Г.Л. PR в сфере культуры и образования: учебное пособие [Текст] / Г.Л. Тульчинский. - СПб.: Издательство «Лань», Издательство «ПЛАНЕТА МУЗЫКИ», 2011. – 576 с.

**6.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

В соответствии с лицензионными нормативами обеспечения библиотечно-информационными ресурсами библиотека организует индивидуальный неограниченный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет, к учебным материалам Электронно-библиотечных систем (ЭБС):

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн». Издательство: ООО «НексМедиа». Принадлежность сторонняя. [www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru). Количество ключей (пользователей): 100% on-line. Характеристики библиотечного фонда, доступ к которому предоставляется договором: доступ к базовой части ЭБС.

2. ЭБС «Издательство Планета музыки». Электронно-библиотечная система ООО «Издательство ПЛАНЕТА МУЗЫКИ». Принадлежность сторонняя. www.e.lanbook.com. Количество ключей (пользователей): 100% on-line. Характеристики библиотечного фонда, доступ к которому предоставляется договором: доступ к коллекциям: «Музыка и театр», «Балет. Танец. Хореография».

3. БД Электронная Система «Культура». База Данных Электронная Система «Культура». Принадлежность сторонняя. <http://www.e-mcfr.ru>.

4. Web ИРБИС Хабаровский государственный институт искусств и культуры (электронный каталог). Международная ассоциация пользователей и разработчиков электронных библиотек и новых информационных технологий (ассоциация ЭБНИТ). Принадлежность сторонняя. <http://irbis.hgiik.ru>.

5. eLIBRARY.ru – Научная электронная библиотека. ООО Научная электронная библиотека. Принадлежность сторонняя. <http://elibrary.ru/> Лицензионное соглашение № 13863 от 03.10.2013 г. – бессрочно.

6. Электронно-библиотечная система ФГБОУ ВО «ХГИК». ФГБОУ ВО «ХГИК». Принадлежность собственная. Локальный доступ. <http://carta.hgiik.ru>. Приказ по Институту № 213-об от 07.10.2013 г.

7. Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Электронная библиотека. ФГАУ ГНИИ ИТТ «Информика», Министерство образования и науки РФ. Принадлежность сторонняя. Свободный доступ. <http://window.edu.ru>

8. Единая коллекция Цифровых Образовательных Ресурсов. ФГАУ ГНИИ ИТТ «Информика». Принадлежность сторонняя. Свободный доступ. <http://school-collection.edu.ru>

9. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов. Федеральный центр информационно- образовательных ресурсов, ФГАУ ГНИИ ИТТ «Информика». Принадлежность сторонняя. Свободный доступ. <http://fcior.edu.ru>

Для подготовки научных работ обучающиеся могут использовать полнотекстовую базу данных Web of Science. Режим доступа: электронный, из внутренней сети института. Официальный сайт: webofknowledge.com

**6.3. Информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы**

Программно-информационное обеспечение учебного процесса соответствует требованиям федерального государственного образовательного стандарта.

Для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, практических занятий, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестациииспользуетсяследующее программное обеспечение:

–лицензионное проприетарное программное обеспечение:

1. Microsoft Windows
2. Microsoft Office (в состав пакетавходят: Word, Excel, PowerPoint, FrontPage, Access)
3. Adobe Creative Suite 6 Master Collection (всоставпакетавходят: Photoshop CS6 Extended, Illustrator CS6, InDesign CS6, Acrobat X Pro, Dreamweaver CS6, Flash Professional CS6, Flash Builder 4.6 Premium Edition, Dreamweaver CS6, Fireworks CS6, Adobe Premiere Pro CS6, After Effects CS6, Adobe Audition CS6, SpeedGrade CS6, Prelude CS6, Encore CS6, Bridge CS6, Media Encoder CS6);

–свободно распространяемое программное обеспечение:

1. набор офисных программ Libre Office
2. аудиопроигрыватель AIMP
3. видеопроигрыватель Windows Media Classic
4. интернет-браузер Chrome.

Для самостоятельной подготовки студентов к занятиям по дисциплине требуется обращение к программному обеспечению MicrosoftWindows, MicrosoftOffice, в том числе для подготовки мультимедийных презентаций по темам семинаров в программе PowerPoint. Для создания конечных нередактируемых версий документа рекомендуется использовать AcrobatXPro, входящий в состав пакета AdobeCreativeSuite 6 MasterCollection.

При изучении дисциплины обучающиеся имеют возможность использования информационно-справочных систем «Культура» и «Гарант», также реферативных и библиометрических баз данных рецензируемой литературы WebofScienceиScopus, в соответствии с заключенными договорами.

На всех компьютерах в институте установлено лицензионное антивирусное программное обеспечение Kaspesky Endpoint Security. Необходимым условием информационной безопасности института является обязательная проверка на наличие вирусов внешних носителей перед их использованием с помощью Kaspesky Endpoint Security.

Перечисленное программное обеспечение обновляется по мере выхода новых версий программ в рамках соответствующих лицензий и соглашений.

**6.4. Материально-техническая база**

Материально-техническое обеспечение реализуемой дисциплины соответствует требованиям федерального государственного образовательного стандарта.

Для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации в учебном процессе активно используются следующие специальные помещения:

- ауд. 211, 215б, 313 оснащены мультимедийными презентационными комплексами в составе проектора, активной акустической системы, персонального компьютера; есть телевизор, столы, стулья, столы письменные для преподавателей, доски настенные, аудиторные. Чтение лекций сопровождается следующими видами учебно-наглядных пособий: слайд-презентации, фотоматериалы.

Для самостоятельной работы студентов предназначены:

- ауд. 209 (читальный зал), оборудованный персональными компьютерами, обеспечивающими доступ к электронной информационно-образовательной среде организации, к сети «Интернет», к электронным библиотечным системам; есть столы, стулья, книжные шкафы, книжный и документационный фонд, телевизор.

При необходимости в учебном процессе используются комплекты переносных демонстрационных комплексов (ноутбук, проектор, экран).

Все компьютеры Института объединены в локальную сеть, с каждого из них возможен выход в глобальную сеть Интернет. Институт использует выделенный канал со скоростью 10 Мб/с. Для студентов имеется возможность выхода в сеть Интернет с мобильных устройств посредством сети WiFi, которая установлена в читальном зале Института.

Чтение лекций сопровождается следующими видами учебно-наглядных пособий: слайд-презентации, видео материалы, фотоматериалы.

**7. ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ (ОВЗ)**

В процессе изучения дисциплины и осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья применяются адаптированные формы обучения с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей.

Обучение лиц с ограниченными возможностями и инвалидов организуется как совместно с другими обучающимися на лекционных и практических занятиях, так и по индивидуальному учебному плану. Во время приемной кампании, а также во время сдачи различных форм промежуточной и государственной итоговой аттестации в Институте созданы необходимые условия для оказания технической помощи инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья (при необходимости может быть допущено присутствие в аудитории ассистентов, сопровождающих лиц, собаки-поводыря и т.п.).

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, при необходимости, могут быть обеспечены электронными и печатными образовательными ресурсами с учетом их индивидуальных потребностей. Для реализации доступной среды при необходимости в учебном процессе могут быть задействованы документ-камера для увеличения текстовых фрагментов и изображений (для лиц с нарушениями зрения) и переносная индукционная система для слабослышащих «Исток» А2 со встроенным плеером – звуковым информатором.

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» предоставляет обучающимся с ОВЗ (по зрению) ряд возможностей для обеспечения эффективности процесса обучения. При чтении масштаб страницы сайта можно увеличить с помощью специального значка на главной странице. Можно использовать полноэкранный режим отображения книги или включить озвучивание непосредственно с сайта при помощи программ экранного доступа (например, Jaws , «Balabolka»). Скачиваемые фрагменты в формате pdf, имеющие высокое качество, могут использоваться тифлопрограммами для голосового озвучивания текстов, могут быть загружены в тифлоплееры, а также скопированы на любое устройство для комфортного чтения.

Сервис ЭБС «Цитатник» помогает пользователю извлечь цитату и автоматически формирует корректную библиографическую ссылку, что особенно актуально для лиц с ограниченными возможностями и облегчает процесс написания курсовой или выпускной квалификационной работы.

Для подготовки к занятиям обучающиеся с ОВЗ (по зрению) могут использовать мобильное приложение ЭБС «Лань», предназначенное для озвучивания текста книги. Режим доступа: электронный, приложение скачивается обучающимся самостоятельно с сайта e.lanbook.ru, необходимое условие: быть зарегистрированным в ЭБС «Лань». Используется свободно распространяемая программа экранного доступа Nvda.

Подробнее об организации доступной среды см. соответствующий раздел основной профессиональной образовательной программы.