

УТВЕРЖДАЮ
Исполняющий обязанности директора
Государственного бюджетного
профессионального образовательного
учреждения города Москвы "Московский
музыкально-педагогический колледж"



Т.А.Трикулич

01 сентября 2016 г.

ПМ.00 Профессиональные модули

ПМ.03 Менеджмент в социально-культурной сфере

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
МДК 03.02 ВАРИАТИВНАЯ ЧАСТЬ ЦИКЛОВ ППСЗ**

**Дисциплина
ИМИДЖЕЛОГИЯ**

**Специальность
51.02.02 Социально-культурная деятельность (по видам)**

Москва, 2016

ОДОБРЕНО
ПЦК Организационно-
управленческая, творческая
деятельность и менеджмент

Протокол № 1 от 01.09.2016 г.

Председатель ПЦК 
Ю.Е.Зиятдинова

СОГЛАСОВАНО
Руководитель структурного
подразделения
общеобразовательного цикла


Е.Г.Баскова

01 сентября 2016 г.

СОГЛАСОВАНО
Методист ГБПОУ г. Москвы
"Московский музыкально-
педагогический колледж"


Т.В.Антонова

01 сентября 2016 г.

Основание: Федеральный государственный образовательный стандарт
среднего профессионального образования по специальности
51.02.02 Социально-культурная деятельность (по видам)

Составители (авторы):

Анурова Татьяна Николаевна, преподаватель ГБПОУ г. Москвы
"Московский музыкально-педагогический колледж"

Ф.И.О., ученая степень, звание, должность

Содержание

1. Паспорт рабочей программы образовательной учебной дисциплины.....	4
2. Структура и содержание профильной учебной программы	5
3. Условия реализации программы профильной учебной дисциплины	11

1. Паспорт рабочей программы образовательной учебной дисциплины

ИМИДЖЕЛОГИЯ

1.1. Область применения программы

Учебная дисциплина введена за счет вариативной части основной профессиональной образовательной программы по профессии **51.02.02 Социально-культурная деятельность (по видам)** с целью получения дополнительных компетенций, умений и знаний для расширения функциональных обязанностей, соответствующих потребностям работодателей.

1.2. Место дисциплины в структуре ППССЗ

Дисциплина "Имиджелогия" (далее – дисциплина) относится к общепрофессиональным дисциплинам учебным дисциплинам Федерального компонента среднего (общего) образования основной профессиональной образовательной программы по специальности 51.02.02 – "Социально-культурная деятельность"

Результатом освоения дисциплины является ознакомление с научно-теоретическими основаниями теории имиджа; формирование у студентов целостного представления о назначении, формах, методах, технологиях имиджелогии, а также овладение профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями. Менеджер социально-культурной деятельности должен обладать **общими компетенциями**, включающими в себя способность:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.

ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе, обеспечивать его сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

Цели и задачи профильной учебной

дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины

Программа составлена в соответствии с ГОС СПО третьего поколения и отражает современные тенденции и требования к обучению и профессиональной деятельности. Она направлена на повышение качества профессионального образования, мобильности специалиста и общей его интеллектуализации.

Курс является составной частью профессиональной подготовки студента и ориентирован на изучение основы имиджологии в объеме, необходимом для дальнейшей практической деятельности будущих специалистов.

Целью дисциплины является:

Цели: ознакомление с научно-теоретическими основаниями теории имиджа; формирование у студентов целостного представления о назначении, формах, методах, технологиях имиджологии.

Задачи:

- формирование у студентов представления о сущности и видах имиджа;
- формирование у студентов навыков разработки, оценки и анализа имиджа;
- формирование у студентов знаний о методах управления имиджем.

знать

- методологические основы имиджологии;
- структуру имиджа, его составляющие, функции и значения;
- инструментарий имиджологии и методики его использования;
- имиджевые стратегии;
- факториальные теории самопрезентации;
- основы физиогномики, стилистики, колористики, кинетики и эстетики движения;
- теоретические аспекты самопрезентации.

уметь

- анализировать имиджевые кампании;
- применять голосо-речевые техники; физиогномику, стилистику, колористику, кинетику и эстетику движения;
- понимать особенности политической коммуникации;
- управлять корпоративным имиджем;
- применять технологии и инструментарий имиджологии для решения практических задач;
- классифицировать и анализировать работу имиджмейкеров;
- применять законы механизма формирования имиджа.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен овладеть общими (общеучебными) компетенциями, включающими в себя способность:

ОК 12. Использовать умения и знания профильных дисциплин федерального компонента среднего (полного) общего образования в профессиональной деятельности.

Количество часов, отведённое на освоение программы профильной дисциплины

Максимальная учебная нагрузка - 117 часов;

обязательная аудиторная учебная нагрузка - 78 часа;

самостоятельная (внеаудиторная) работа - 39 часов.

Время изучения: 1-2 семестры, контрольный урок в конце 1, экзамен в конце 2 семестра.

2. Структура и содержание профильной учебной программы

2.1. Объём учебной программы в виде учебной программы

Вид учебной работы	Объём часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	117
Обязательная аудиторная рабочая нагрузка (всего),	78

в том числе: - лабораторные работы - практические занятия - контрольные работы	0 8 0
Самостоятельная работа обучающегося (всего), в том числе: - работа с учебником; - подготовка сообщения - практические задания	39 31 4 4
Аттестация в форме экзамена (2 семестр)	2

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование тем и разделов	Содержание учебных материалов, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объём часов	Уровни освоения
1	2	3	4
Раздел 1. Имиджелогия как наука			
Тема 1.1.	Содержание учебного материала		
Понятие имиджа. Формы имиджа. Классификации имиджа.	Понятие имиджа. Имиджелогия как наука. Имиджелогия и другие сходные области знания. Формы имиджа. Классификация имиджа.	2	1
	Внеаудиторная (самостоятельная) работа обучающегося: теоретический материал: основные понятия, термины учебного предмета	1	
Тема 1.2.	Содержание учебного материала		
Виды имиджформирующей информации	Косвенная имиджформирующая информация. Прямая имиджформирующая информация. Ложная имиджформирующая информация. Роль сознания и подсознания в трансляции имиджформирующей информации	2	1
	Внеаудиторная (самостоятельная) работа обучающегося: теоретический материал: основные понятия, термины учебного предмета	1	
Тема 1.3.	Содержание учебного материала		
Каналы имиджформирующей информации.	Каналы имиджформирующей информации. Первый канал (сознание – сознание). Второй канал (сознание – подсознание). Третий канал (подсознание – сознание). Четвертый канал (подсознание – подсознание).	2	1
	Внеаудиторная (самостоятельная) работа обучающегося: теоретический материал: основные понятия, термины учебного предмета	1	
Тема 1.4.			
Стратегии формирования	Цели формирование имиджа. Имидж как продукт целенаправленной деятельности. Имидж как	2	1

имиджа	продукт нецеленаправленной деятельности. Стратегии формирования положительного имиджа. Аттракция – конечная цель формирования положительного имиджа.		
	Внеаудиторная (самостоятельная) работа обучающегося: теоретический материал: основные понятия, термины учебного предмета	1	
Раздел 2. Индивидуальный и профессиональный имидж			
Тема 2.1.	Содержание учебного материала		
Формирование индивидуального и профессионального имиджа	Индивидуальный имидж. Формирование имиджа в различных профессиональных средах. Имидж и карьера. Психотехнологии формирования индивидуального имиджа. Имиджмейкер.	2	1
	Внеаудиторная (самостоятельная) работа обучающегося: теоретический материал: основные понятия, термины учебного предмета	2	
Тема 2.2.	Содержание учебного материала		
Габаритный имидж	Габаритный имидж: определение понятий. Имеджелогические функции одежды. Макияж как средство формирования габаритного имиджа. Прическа, украшения как средства формирования габаритного имиджа.	2	1
	Внеаудиторная (самостоятельная) работа обучающегося: теоретический материал: основные понятия, термины учебного предмета	1	
Тема 2.3.	Содержание учебного материала		
Вербальный имидж. Паравербалика	Вербальный имидж: определение понятий. Паравербалика (интонация, темп, ритм и громкость речи, паузы, молчание) как средство формирования имиджа.	2	1
	Внеаудиторная (самостоятельная) работа обучающегося: теоретический материал: основные понятия, термины учебного предмета	1	
Тема 2.4.	Содержание учебного материала		
Вербальный имидж. Нелегитимные слова	Нелегитимные слова ("слова-паразиты"): определение понятий. Принцип психологической интерпретации нелегитимных слов.	2	1
	Внеаудиторная (самостоятельная) работа обучающегося: теоретический материал: основные понятия, термины учебного предмета	1	
Тема 2.5.	Содержание учебного материала		
Техники регуляции эмоционального напряжения в конфликте	Техники регуляции эмоционального напряжения. Техника вербализации своих чувств и чувств партнера. Техника подчеркивания значимости партнера, его мнения, вклада в общее дело и т. п. Техника подчеркивания общности.	2	1
	Внеаудиторная (самостоятельная) работа обучающегося: теоретический материал: основные понятия, термины учебного предмета.	1	
Тема 2.5.	Содержание учебного материала		
Роль имиджа в	Конфликтный имидж. Условия для формирования	2	1

конфликте	конфликтного имиджа.		
	Внеаудиторная (самостоятельная) работа обучающегося: теоретический материал: основные понятия, термины учебного предмета	2	
Тема 2.6.	Содержание учебного материала		
Средовой имидж	Средовой имидж: определение понятий. Кабинет как средство формирования средового имиджа. Секретарь: функция формирования имиджа руководителя и организации.	2	1
	Внеаудиторная (самостоятельная) работа обучающегося: теоретический материал: основные понятия, термины учебного предмета	2	
Тема 2.7.	Содержание учебного материала		
Кинетический имидж. Физиогномика	Кинетический имидж: определение понятия. Кинетика. Психокинетика. Психокинетика лица (физиогномика).	2	1
	Внеаудиторная (самостоятельная) работа обучающегося: теоретический материал: основные понятия, термины учебного предмета	2	
Тема 2.8.	Содержание учебного материала		
Кинетический имидж. Жесты и позы.	Психокинетика головы. Психокинетика рук. Психокинетика корпуса. Психокинетика корпуса. Психокинетика ног. Дистанция в общении: имиджформирующая функция психологического пространства.	2	1
	Внеаудиторная (самостоятельная) работа обучающегося: теоретический материал: основные понятия, термины учебного предмета	2	
Тема 2.9.	Содержание учебного материала		
Имидж лидера	Социальная модель формирования имиджа руководителя. Содержательный, аффективный и поведенческий компоненты образа лидера. Создание политических установок. Влияние процессов самоидентификации. Паблик Рилейшнз, как технологический инструмент формирования имиджа лидера. Составляющие имиджа лидера: персональные качества, социальные характеристики, система идеологических взглядов, политических убеждений, представление лидера о самом себе (Я-концепция), стиль принятия решений, стиль межличностных отношений.	2	1
	Внеаудиторная (самостоятельная) работа обучающегося: теоретический материал: основные понятия, термины учебного предмета	2	
Тема 2.10.	Содержание учебного материала		
Самопрезентация	Основы технологии самопрезентации. Формы самопрезентации для получения профессионального образования и трудоустройства. Психологические особенности прохождения интервью. Тестирование и анкетирование при приеме на работу.	2	1

	Внеаудиторная (самостоятельная) работа обучающегося: подготовка сообщения о формировании имиджа на примере имиджа известного человека	2	
Тема 2.11.	Содержание учебного материала		
Контрольный урок. Имидж известных людей.	Сообщения студентов на тему формирования имиджа на примере имиджа известного человека.	2	3
Раздел 3. Имидж организации (корпоративный имидж)			
Тема 3.1	Содержание учебного материала		
Корпоративный имидж: основные понятия	Понятие корпоративного имиджа. Понятие бренда. Понятие репутации. Паблик рилейшнз. Маркетинг.	4	1
	Внеаудиторная (самостоятельная) работа обучающегося: теоретический материал: основные понятия, термины учебного предмета	2	
Тема 3.2	Содержание учебного материала		
Исследования имиджа и репутации	Виды исследований. Репрезентативное социологическое исследование. Экспертные опросы. Фокус-группы, глубинные интервью. Информационный аудит. Анализ, полученной информации	4	1
	Практическая работа: создание анкеты для проведения социологического опроса на тему "Исследованию имиджа колледжа"	2	2
	Внеаудиторная (самостоятельная) работа обучающегося: доработка анкеты для проведения социологического исследования	2	
Тема 3.3	Содержание учебного материала		
Конструирование имиджа	Формирование миссии, видения, корпоративной философии. Создание истории и легенды, сторителлинг. Построение корпоративной культуры, кодекс поведения	4	1
	Внеаудиторная (самостоятельная) работа обучающегося: проведение социологического исследования среди учащихся колледжа	2	
Тема 3.4.	Содержание учебного материала		
Визуализация имиджа. Фирменный стиль	Производство визуальных компонентов. Создание слоганов. Составление креативного брифа. Бренд-бук.	4	1
	Практическая работа: разработка миссии колледжа, создание слоганов, составление креативного брифа.	2	2
	Внеаудиторная (самостоятельная) работа обучающегося: подготовка сообщения об итогах проведения социологического исследования	2	
	Семинар: сообщение студентов об итогах проведения социологического исследования	2	3
Тема 3.5	Содержание учебного материала		
Брендинг и бренд-менеджмент: методы	Базовые особенности современного брендинга. Идентификационный брендинг. Ко-брендинг.	5	1

продвижения имиджа	Ребрендинг. Аудиальный и сенсорной брендинг. Антибрендинг – демассификация бренда. Брендинг социально ответственного поведения. Брендинг актуальных проектов.		
	Внеаудиторная (самостоятельная) работа обучающегося: теоретический материал: основные понятия, термины учебного предмета	2	
Тема 3.6	Содержание учебного материала		
Информационно-коммуникационное сопровождение имиджевых программ	Информационная стратегия сопровождения имиджевых программ. Бренд-атлас. Коммуникационное обеспечение имиджевых программ. Оценка эффективности имиджевых программ.	5	1
	Внеаудиторная (самостоятельная) работа обучающегося: теоретический материал: основные понятия, термины учебного предмета	2	
Тема 3.7	Содержание учебного материала		
Имиджевые кампании	Кампания – завершающий этап в логической цепочке продвижения имиджа. Кампания по продвижению территорий. Кампания по продвижению организаций. Кампаний по персональному PR. Установочные кампании.	4	1
	Практическая работа: PR-стратегия по формированию и продвижению имиджа базисного PR-субъекта в СМИ	2	2
	Внеаудиторная (самостоятельная) работа обучающегося: теоретический материал: основные понятия, термины учебного предмета	2	
Тема 3.8	Содержание учебного материала		
Реализация имиджевых конструкций в традиционных медиа и пространстве интернет-коммуникаций	Новостное производство и смысловое позиционирование. Информационный эталон. Форматы подготовки новостных материалов. Организация мероприятий для прессы. Репетиционный менеджмент в Интернете.	4	1
	Практическая работа: диагностики и совершенствования корпоративного имиджа на примере вымышленной организации.	2	3
	Внеаудиторная (самостоятельная) работа обучающегося: теоретический материал: основные понятия, термины учебного предмета	1	
Тема 3.9	Содержание учебного материала		
Сохранение и защита позитивного имиджа организации	Аспекты сохранения и защиты позитивного имиджа. Поддержание провозглашенных корпоративных стандартов: добросовестность в служении декларируемым принципам, подтверждение качества работы престижными наградами и сертификатами, членство в	2	1

	авторитетных организациях, поддержание профессиональных стандартов, антикризисный PR. Изменчивость и устойчивость имиджа. Мониторинг корпоративного имиджа.		
	Внеаудиторная (самостоятельная) работа обучающегося: подготовка к экзамену	3	
Экзамен		2	3
	Всего	117	

Для характеристики уровня освоения учебных материалов используются следующие обозначения:

- 1 – ознакомительный (указание изученных объектов, свойств);
- 2 - репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции, методическим рекомендациям или под руководством преподавателя);
- 3 - продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных, ситуационных заданий).

3. Условия реализации программы профильной учебной дисциплины

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению реализации профильной дисциплины

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- систематизированные по типам наглядные пособия: таблицы; раздаточный материал.

3.2. Информационно-коммуникационное обеспечение обучения. Перечень рекомендуемых учебных изданий, интернет-ресурсов, дополнительной литературы

а) основная литература:

1. Вилков А. А. Политические технологии формирования имиджей России и США в процессе информационно-коммуникационного взаимодействия (на материалах "Российской газеты" и "Вашингтон Пост". 2007-2008 гг.) [Текст] / А. А. Вилков, А. А. Казаков ; под ред. Ю. П. Суслова. - Саратов : ИЦ "Наука", 2010.
2. Ковальчук А. С. Основы имиджологии и делового общения: учеб. пособие для студентов вузов / А. С. Ковальчук. - 6-е изд., доп. и перераб. - Ростов н/Д : Феникс, 2009.

б) дополнительная литература:

1. Лисова С. Ю. Манипуляция в политической рекламе / С. Ю. Лисова ; науч. ред. В. Г. Ледаев ; Гос. образоват. учреждение высш. проф. образования "Ивановский государственный энергетический университет имени В. И. Ленина". - Иваново : [б. и.], 2008.
2. Алехина И. Имидж и этикет делового человека. М., Дело, 2001.
3. Бодуан Ж-П. Управление имиджем компании. Паблик рилейшнз: предмет и мастерство. М., ИНФРА. 2001.
4. Браун Л. Имидж – путь к успеху. Спб. 2001.
5. Галумов Э.А. Международный имидж России: стратегия формирования. М., 2005.
6. Галумов Э.А. Международный имидж России: стратегия формирования. М., 2005.

7. Гозман Л.Я., Шестопал Е.Б. Политическая психология. Ростов-на-Дону, 1996.

8. Панасюк, Александр Юрьевич. Имидж: энцикл. слов. / А. Ю. Панасюк. - М. : РИПОЛ классик, 2007.

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

Портал «Гуманитарное образование» <http://www.humanities.edu.ru/>

Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru/>

3.3. Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

Результаты обучения (освоенные умения, освоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен</p> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> — анализировать имиджевые кампании; — применять голосо-речевые техники; физиогномику, стилистику, колористику, кинетику и эстетику движения; — понимать особенности политической коммуникации; — управлять корпоративным имиджем; — применять технологии и инструментарий имиджологии для решения практических задач; — классифицировать и анализировать работу имиджмейкеров; — применять законы механизма формирования имиджа. <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> — методологические основы имиджологии; — структуру имиджа, его составляющие, функции и значения; — инструментарий имиджологии и методики его использования; — имиджевые стратегии; — факториальные теории самопрезентации; — основы физиогномики, стилистики, колористики, кинетики и эстетики движения; — теоретические аспекты самопрезентации 	<p>Все формы и методы контроля и оценки результатов изучения дисциплины направлены на подтверждение успешного и планомерного формирования общих и профессиональных компетенций в процессе работы. Могут быть использованы формы и методы контроля: внутриурочные, семестровые. В конце каждого семестра выставляется итоговая оценка успеваемости. Окончательной оценкой является оценка по экзамену в конце 2 семестра.</p> <p>Знания оцениваются по 5-балльной системе. При сдаче зачета и экзамена: <i>Оценка «отлично»</i> ставится за полный ответ по всем вопросам билета, демонстрирующий знание и владение понятийно-категориальным аппаратом дисциплины, полностью отвечающий требованиям, предъявляемым образовательным результатам освоения дисциплины, соответствующим определенным компетенциям.</p> <p><i>Оценка «хорошо»</i> ставится за ответ, в котором тема раскрыта достаточно полно и убедительно, с допущением отдельных неточностей и недочетов в содержательной части, а примеры требуют дополнительного анализа.</p> <p><i>Оценка «удовлетворительно»</i> ставится за ответ в основном верный, но схематичный, с допущением отдельных фактических ошибок и нарушением последовательности изложения.</p> <p><i>Оценка «неудовлетворительно»</i> ставится за ответ, в котором обнаруживается непонимание проблемы, слабое знание основных понятий курса, анализ текста подменяется поверхностным пересказом с допущением неточностей и фактических ошибок.</p>