


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

Кафедра новейшей отечественной истории

УТВЕРЖДАЮ
Декан исторического факультета

Р.М. Фролов
20 мая 2025 г.

Рабочая программа дисциплины
«Имиджмейкинг»

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)
«Реклама и связи с общественностью»

Форма обучения
очная

Программа рассмотрена

на заседании кафедры

от «17» апреля 2025 года, протокол № 7

Программа одобрена НМК

исторического факультета

протокол № 1 от «22» апреля 2025 года

Ярославль

1. Цели освоения дисциплины

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

Задачи дисциплины:

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

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Имиджмейкинг» является факультативной.

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

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

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

Код компетенции	Формулировка Компетенции	Перечень планируемых результатов обучения
Общепрофессиональные компетенции		
ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ИД-ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, развитие разных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.	Знать: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этнических норм, регулирующих развитие медиакоммуникационных систем Уметь: использовать их на региональном, национальном и глобальном уровнях Владеть: информацией о медиакоммуникационных системах

	ИД-ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Знать: сущность, особенности и классификацию имиджмейкинга. Уметь: анализировать и оценивать исходные данные, разрабатывать и внедрять программу имиджирования, проводить мониторинг и коррекцию имиджа. Владеть: основными навыками имиджмейкинга
--	---	---

4. Объем, структура и содержание дисциплины

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

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

Содержание разделов дисциплины:

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

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

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

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

5. Психология образа. Сущность, формы, функции психологии имиджа. Методы и источники изучения психологии имиджа. Личностные предпосылки создания имиджа. Психологические механизмы построения образа. Психологические приемы привлечения и удержания внимания аудитории. Формирование установки на доверие (недоверие) со стороны аудитории. Использование психологических особенностей отдельных социальных групп. Использование общих особенностей восприятия.

6. Управление имиджем. Формы, подходы, инструменты.

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

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

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

10. Имидж товара. От имиджа товара к бренду.

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

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

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

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

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

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

- имеется список вопросов для проведения промежуточной аттестации.

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

В процессе осуществления образовательного процесса по дисциплине используются:

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

- программы Microsoft Office;
- Adobe Acrobat Reader.

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

В процессе осуществления образовательного процесса по дисциплине используются:

- автоматизированная библиотечно-информационная система «БУКИ-NEXT» http://www.lib.uniyar.ac.ru/opac/bk_cat_find.php

- справочно-правовая система «КонсультантПлюс» (договор с ЯрГУ)
- электронно-библиотечная система «Юрайт» <https://www.ura.it.ru/>

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

а) основная литература

1. Семенова, Л. М. Имиджмейкинг : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 142 с. // Образовательная платформа Юрайт. – URL: <https://ura.it.ru/bcode/572252>
2. Семенова, Л. М. Профессиональный имиджбилдинг на рынке труда : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 243 с. // Образовательная платформа Юрайт. – URL: <https://ura.it.ru/bcode/565656>

б) дополнительная литература

1. Селентьева, Д. О. Политическая имиджелогия : учебник для вузов / Д. О. Селентьева. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 164 с. // Образовательная платформа Юрайт. – URL: <https://ura.it.ru/bcode/561574>
2. Семенова, Л. М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. – 2-е изд. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 142 с. // Образовательная платформа Юрайт. – URL: <https://ura.it.ru/bcode/572248>

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

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

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа;
- учебные аудитории для проведения практических занятий (семинаров);
- учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций;
- учебные аудитории для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации;
- помещения для самостоятельной работы;

- помещения для хранения и профилактического обслуживания технических средств обучения.

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

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

Автор :

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

Урядова А.В.
(Фамилия И.О.)

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

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

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

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

Семинар «Использование специфических навыков коммуникации и инструментарий имиджелогии».

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

Практикум 1.

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

Семинар «Политический имидж».

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

Практикум 2.

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

Опишите основные виды имиджа, выделите их особенности.

Практикум 3.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Приложение №2 к рабочей программе дисциплины «Имиджмейкинг»

Методические указания для студентов по освоению дисциплины

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

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

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

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