

(Handwritten initials)

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
**НОВОСИБИРСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)**  
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМ. А.Н. КОСЫГИНА  
(ТЕХНОЛОГИИ, ДИЗАЙН, ИСКУССТВО)»**  
(НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина)

УТВЕРЖДАЮ

Зам. директора

по учебно-методической работе

Г.Г. Печурина

«*08*» *08* 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**ПСИХОЛОГИЯ ИМИДЖА**

Направление подготовки:	37.03.01 Психология
Профиль подготовки:	Социальная психология
Квалификация выпускника:	бакалавр
Форма обучения:	очная

Факультет: Технологии и дизайна

Кафедра: Гуманитарных наук и иностранных языков

Курсы: 2 Семестры: 4

Лекции:	18 час. / 0,5 ЗЕ	Зачет 4 семестр
Практические занятия:	18 час. / 0,5 ЗЕ	
Самостоятельная работа:	108 час. / 2 ЗЕ	
<b>ВСЕГО</b>	<b>144 час. / 4 ЗЕ</b>	

Новосибирск 2020

(Handwritten initials)

**Рецензия**  
**на рабочую программу дисциплины Психология имиджа**  
**основной образовательной программы НТИ (филиала) РГУ им. А.Н. Косыгина**  
**по направлению 37.03.01 Психология, профиль «Социальная психология»**

В соответствии с ФГОС ВО по направлению 37.03.01 Психология, профиль «Социальная психология», дисциплина *Психология имиджа* изучается в рамках блока 1, базовая часть.

Разработчиком рабочей программы дисциплины (РПД) «Психология имиджа» является доц. канд. социол. наук кафедры ГНиИЯ НТИ (филиала) РГУ им. А.Н. Косыгина Добрина О.А.

№ П/П	КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ РПД	ОТМЕТКА О СООТВЕТСТВИИ
1	Цели изучения дисциплины	Да
2	Цели соотнесены с общими целями основной образовательной программы (ООП), в том числе - имеют междисциплинарный характер, - связаны с задачами воспитания.	Да Да Да
3	Прописана связь дисциплины с другими дисциплинами рабочего учебного плана по ООП	Да
4	Прописан вклад дисциплины при формировании компетенций (ПК-3, ПК-4: - по ФГОС ВО по направлению 37.03.01 Психология, профиль «Социальная психология» - по ООП	Да Да
5	При формировании требований к результатам обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть) учтены результаты обучения, приведенные во ФГОС ВО по направлению 37.03.01 Психология, профиль «Социальная психология»	Да
6	Содержание дисциплины структурировано по видам учебных занятий с указанием их объемов.	Да
7	Расчет времени в программе соответствует объему часов, отведенному на изучение дисциплины по учебному плану.	Да
8	Представлен тематический план практических занятий	Да
9	Отражены современные достижения науки применительно к конкретной дисциплине	Да
10	Указано учебно-методическое обеспечение дисциплины, в том числе: - перечень основной и дополнительной литературы, электронных ресурсов - методические рекомендации (материалы) преподавателю; - методические рекомендации студентам.	Да Да Да
11	Указаны формы текущего, промежуточного и итогового контроля.	Да
12	В приложении к программе приведены фонды оценочных материалов (ФОМ): вопросы для самоконтроля и проверки качества знаний студентов; комплект тестов по дисциплине; методические рекомендации по проведению практических занятий.	Да
13	ФОМ содержат материалы, разработанные на основе реальных практических ситуаций, в том числе, связанных со спецификой малого и среднего бизнеса	Да
14	Выявленные недостатки/замечания/рекомендации рецензента: <i>(необходимость сокращения, дополнения или переработки отдельных частей текста рукописи)</i>	Нет

РПД «Психология имиджа» может быть использована для методического обеспечения учебного процесса в рамках основной образовательной программы НТИ (филиала) РГУ им. А.Н. Косыгина по направлению 37.03.01 Психология, профиль «Социальная психология», **в представленном виде.**

Рецензент:  
канд. ист. наук, доц. каф. ГНиИЯ



К.В. Луговой

Рабочая программа составлена на основании следующих нормативных документов:

1. Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки: 37.03.01 Психология (уровень бакалавриата). – М., 2014. Утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 07.08.2014 № 946.
2. Базового учебного плана. 37.03.01 Психология (уровень бакалавриата).
3. Основная профессиональная образовательная программа 37.03.01 Психология.
4. Рабочего учебного плана. Направление подготовки 37.03.01 Психология. Профиль подготовки «Социальная психология» - (квалификация - бакалавр). – Новосибирск: Новосибирский технологический институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)». Утвержден Ученым советом НТИ (филиала) РГУ им. А.Н. Косыгина 11.06.2020, протокол № 10.

Разработчик:

доц, канд.социол.наук



О.А. Добрина

Рецензент:

доц, канд.ист..наук



К.В. Луговой

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры Гуманитарных наук и иностранных языков 27.08.2020, протокол № 1.

Зав. кафедрой

Гуманитарных наук и иностранных языков,  
канд. техн.наук, доц.



Г.Г. Печурина

Декан ФТиД,

канд.техн.наук, доц.



Е.В. Арчинова



## СОДЕРЖАНИЕ

1	ПАСПОРТ ПРОЦЕССА .....	4
	МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО .....	6
3	ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБРАЗОВАНИЯ И КОМПЕТЕНЦИИ ОБУ- ЧАЮЩЕГОСЯ ПО ЗАВЕРШЕНИЮ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ .....	7
4	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ .....	8
5	ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ .....	13
6	УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИ- НЫ.....	13
7	УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....	20
8	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ .....	22
9	УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ .....	23
10	ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ С ДРУГИМИ ДИСЦИПЛИНАМИ НАПРАВЛЕНИЯ .....	24
11	ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ .....	25
	ПРИЛОЖЕНИЯ .....	26

# 1 ПАСПОРТ ПРОЦЕССА

Обозначение документа	Пункт ГОСТ ISO 9001-2011	Наименование процесса
<b>Б1.В.ДВ.04.01</b>	<b>7.3 и 7.5</b>	<b>Преподавание дисциплины «Психология имиджа»</b>
<p style="text-align: center;"><b>Определение процесса:</b></p> <p>Процесс преподавания дисциплины «Психология имиджа» для студентов очной формы обучения направления подготовки 37.03.01 «Психология», профиль «Социальная психология», ориентированный на выполнение требований ФГОС ВО</p>		<p style="text-align: center;"><b>Цель процесса:</b></p> <p>Выполнение требований ФГОС ВО и формирование знаний и навыков в области прикладной социологии, определяющих культуры их мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели к выбору пути ее достижения, умение логически верно, аргументированно формулировать и излагать свою позицию и непосредственно практически применять эти знания в своей профессиональной деятельности</p>
<p style="text-align: center;"><b>Владелец процесса:</b></p> <p>Кафедра Гуманитарных наук и иностранных языков</p>		<p style="text-align: center;"><b>Ответственный руководитель процесса:</b></p> <p>доц., канд.социол.наук О.А. Добрина</p>
<p style="text-align: center;"><b>Входы процесса:</b></p> <p>Знания, полученные обучающимися при изучении дисциплин «Психология личности», «Социальная психология», «Культурология»</p>		<p style="text-align: center;"><b>Выходы процесса:</b></p> <p>В результате изучения дисциплины студент должен</p> <p><b>знать:</b> сущность имиджа, его составляющие и роль в различных сферах общественных отношений, этические аспекты общения, основы самопрезентации;</p> <p><b>уметь:</b> аргументировать свою позицию в ходе деловых переговоров, устанавливать деловые отношения, проводить деловые переговоры, осуществлять взаимодействие с различными учреждениями, организациями и службами;</p> <p><b>владеть:</b> навыками использования инструментария при выборе технологии социального воздействия с учетом конкретных условий ее осуществления; навыками общения.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Требования к входам процесса:</b></p> <p>Соответствие требованиям ФГОС ВО, перечень компетенций, необходимых для изучения данной дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- умение осуществлять анализ теоретического содержания в пределах учебной дисциплины;</li> <li>- способность обобщать эмпирический материал, анализировать конкретные данные по актуальным социально-психологическим проблемам</li> </ul>		<p style="text-align: center;"><b>Требования к выходам процесса:</b></p> <p>Компетенции, которыми студент должен обладать после изучения данной дисциплины (в соответствии с ФГОС ВО):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способностью к осуществлению стандартных базовых процедур оказания индивиду, группе, организации психологической помощи с использованием традиционных методов и технологий (ПК-3)</li> <li>- способностью к выявлению специфики психического функционирования человека с</li> </ul>

	учетом особенностей возрастных этапов, кризисов развития и факторов риска, его принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам (ПК-4);
<b>Поставщики процесса:</b> Кафедра Гуманитарных наук и иностранных языков	<b>Потребители процесса:</b> Обучающиеся 2 курса очной формы обучения и их будущие работодатели
<b>Управляющие воздействия:</b> - ФГОС ВО, - учебный план по направлению подготовки 37.03.01 «Психология», профиль – «Социальная психология» - рабочая программа по дисциплине - итоговая аттестация по дисциплине (зачет)	<b>Основные ресурсы:</b> 4 ЗЕ (144 часа); аудиторная нагрузка: лек – 18 часов, пз – 18 часов; самостоятельная работа – 108 часов. Аудиторный фонд: аудитории института
<b>Контролируемые параметры процесса:</b> - участие в аудиторной работе, - тестирование	<b>Методы измерения параметров процесса:</b> рейтинговая шкала 0-100 баллов, зачет
<b>Показатели результативности:</b> выполнение запланированных мероприятий в срок; рейтинг, обеспечивающий контрольные баллы, а также получение зачета	<b>Периодичность оценки:</b> Непрерывно, согласно графику проведения занятий и по завершению изучения дисциплины



## 2 МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП БАКАЛАВРА

Дисциплина «Психология имиджа» входит в Блок 1 вариативная часть – дисциплина по выбору. Код дисциплины: Б1.В.ДВ.04.01.

Таблица 2.1. Принципы *построения дисциплины*

Принцип ( <i>особенность</i> )	Содержание
1	2
<b>Ядро дисциплины</b>	Теоретические основы имиджелогии
<b>Основные понятия дисциплины (дидактические единицы)</b>	Индивидуальный профессиональный имидж и технологии его формирования. Имидж и престиж в сфере связей с общественностью. Формирование имиджа организации
<b>Обеспечение <i>последующих</i> дисциплин образовательной программы (связи с <i>последующими</i> дисциплинами)</b>	Дисциплина «Психология имиджа» обеспечивает успешное освоение таких дисциплин, как «Организационная психология», «Конфликтология», «Психология рекламы».
<b><i>Практическая направленность</i> (практическая часть) дисциплины</b>	Практическая часть <i>дисциплины</i> содержит: практические занятия, направленные на определение назначения, взаимосвязи и основное содержание всех включенных в учебный план блоков (модулей, разделов ООП, дисциплин, практик и т.п., промежуточных аттестаций)
Учет индивидуальных особенностей обучающихся, реализация права выбора способа учения	Возможность работать в своем темпе; подбор индивидуальных заданий разного уровня сложности
Описание основных «точек» контроля	промежуточный контроль: собеседование, разработка и защита проектов, реферат, <b>итоговый контроль</b> (зачет)
<b>Дисциплина и современные информационные технологии</b>	Выполнение учебных заданий дисциплины предполагает умение пользоваться текстовым редактором Word, электронными базами данных Интернета, средствами мультимедиа для демонстрации материалов по предмету

### 3 ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБРАЗОВАНИЯ И КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ЗАВЕРШЕНИЮ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты освоения дисциплины «Психология имиджа» представлены в следующей таблице:

Таблица 3.1 Результаты освоения обучающимися программы дисциплины (цели дисциплины)

№ п/п	Результат освоения дисциплины	Ссылки на компетенции	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
	<b>Знать:</b>		
1	сущность имиджа, его составляющие и роль в различных сферах общественных отношений, этические аспекты общения, основы самопрезентации	ПК-3 ПК-4	- собеседование; - реферат
	<b>Уметь:</b>		
2	аргументировать свою позицию в ходе деловых переговоров, устанавливать деловые отношения, проводить деловые переговоры, осуществлять взаимодействие с различными учреждениями, организациями и службами	ПК-3 ПК-4	- собеседование; - реферат
	<b>Владеть:</b>		
3	навыками использования инструментария при выборе технологии социального воздействия с учетом конкретных условий ее осуществления; навыками общения	ПК-3 ПК-4	- собеседование; - реферат - защита проектов



## 4 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 4.1 Объем дисциплины и виды учебной работы

Таблица 4.1 – Объем дисциплины и виды учебной работы  
(Выписка из рабочего учебного плана)

Форма контроля, семестр		Трудоемкость							Вид уч. занят.	Распределение по курсам и семестрам	
		в часах					в ЗЕ			2 курс	
Экз.	Зач.	с преподавателями			Итого	СРС	Всего			4 сем.	
		Аудиторные занятия								ЛК	ПЗ
		ЛК	ПЗ	ЛБ							
-	4	18	18	-	36	108	144	4	ЛК	18	
									ПЗ	18	
									ЛБ	-	
									ИЗ	-	

### 4.2 Разделы дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

Таблица 4.2 – Разделы дисциплины

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Вид учебной работы, включая самостоятельную работу студентов					в ЗЕ	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				трудоёмкость						
				в часах						
				Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	Теоретические основы имиджелогии	1		6		6	36		- собеседование - реферат	
2	Индивидуальный профессиональный имидж и технологии его формирования			6		6	36		- собеседование; - реферат	
3	Имидж и престиж в сфере связей с общественностью. Формирование имиджа организации			6		6	36		- собеседование - реферат - защита проектов	
<b>Итоговый контроль -</b>									<b>зачет</b>	
<b>Всего</b>				18		18	108	4	144 часа	

## 4.3 Содержание разделов учебной дисциплины по видам занятий

### 4.3.1 Лекционные занятия

Таблица 4.3 – Характеристика лекционных учебных занятий и самостоятельной работы

№ раздела	Наименование раздела дисциплины, используемые образовательные технологии, интерактивные методы)	Содержание раздела			
		№ темы	Наименование темы, дидактика	Объем, час	Ссылки на цели
1	2	3	4	5	6
<i>Семестр 4</i>					
	Теоретические основы имиджологии	ЛК-1	Имиджология - отрасль современного человековедения	2	1-3
		ЛК-2	Закономерности формирования и функционирования имиджа	2	
		ЛК-3	Механизмы влияния в процессе формирования имиджа.	2	
	Самостоятельное изучение	СИ- 1	Коммуникационная модель формирования имиджа. Каналы передачи информации.). Формирование имиджа как субъект-субъектное взаимодействие. Формирование имиджа как создание социальной реальности в сознании людей. Общественное мнение общественное сознание.	12	
		СИ- 2	Когнитивные процессы в основе формирования имиджа. Социальные стереотипы и установки. Эффекты межличностного восприятия. Ошибки восприятия: их предупреждение и преодоление.	12	
		СИ- 3	Механизмы влияния в процессе формирования имиджа. Понятие социально-психологического влияния. Убеждение. Внушение. Самопродвижение, заражение, пробуждение импульса к подражанию, принуждение, деструктивная критика, игнорирование, манипуляция. Технологии нейролингвистического программирования.	12	
<i>Итого по разделу 1</i>				<b>6/36</b>	
2	Индивидуальный профессиональный имидж и технологии его формирования	ЛК-4	Индивидуальный имидж.	2	1-3
		ЛК-5	Имидж руководителя.	2	
		ЛК-6	Разработка и применение стратегий формирования имиджа.	2	
	Самостоятельное изучение	СИ-4	Направления использования формирования имиджа (оказание индивидуальных услуг, участие в	12	



			рекламной деятельности, работа в системе связей с общественностью).		
		<b>СИ-5</b>	Характеристика этапов формирования имиджа: изучение объекта, оценка аудитории, коррекция характеристик объекта, символизация, позиционирование, презентация имиджа.	12	
		<b>СИ-6</b>	Выявление имиджевых качеств объекта. Обеспечение постоянства имиджа.	12	
<i>Итого по разделу 2</i>				<b>6/36</b>	
<b>3</b>	<b>Имидж и престиж в сфере связей с общественностью. Формирование имиджа организации</b>	<b>ЛК-7</b>	Возрастания значимости имиджа организации и его особенности в современных условиях. Понятие и структура имиджа организации.	2	1-3
		<b>ЛК-8</b>	Роль имиджа организации в условиях современного рынка услуг.	2	
		<b>ЛК-9</b>	Критерии и показатели эффективности формирования имиджа.	2	
	Самостоятельное изучение	<b>СИ-7</b>	Элементы структуры имиджа организации Факторы оказывающих влияние на формирование имиджа фирмы: внешние и внутренние. Состав внешних и внутренних факторов (миссия фирмы, корпоративная культура, качество продукции, внешняя политика, образ руководителя фирмы и т.д.). Содержание понятия «механизм коррекции имиджа фирмы». Достоинства и недостатки данного товаропроизводителя в глазах потребителя его товаров (услуг). Разработка мероприятий по нейтрализации недостатков и усиления достоинств фирмы с целью повышения привлекательности ее имиджа.	12	
		<b>СИ-8</b>	Внешний и внутренний имидж. Связь внутреннего имиджа с корпоративной культурой. Оптимальная структура внешнего имиджа учреждения. Изучение имиджа учреждения. Методы оценки. Оптимальная структура имиджа. Имидж руководителя в структуре имиджа учреждения. Роль внешних атрибутов образовательного учреждения: эмблема, девиз.	12	
		<b>СИ-9</b>	Организация связей с общественностью. Критерии и показатели эффективности формирования имиджа. Алгоритм совершенствования имиджа. Основные мероприятия по совершенствованию имиджа. Особенности имиджа образовательного учреждения. Имидж государственной службы. Критерии эффективности корпоративного имиджа	12	
<i>Итого по разделу 3</i>				<b>6/36</b>	
Итоговый контроль				<b>зачет</b>	
<b>Итого по учебной дисциплине</b>				<b>∑18/108</b>	



#### 4.3.2. Характеристика практических учебных занятий

Ссылка на цели	№ п.п. тем ПЗ	Наименование темы <i>практического занятия</i>	Объем, час	Учебная деятельность студента
	1		2	3
<b>Семестр 4</b>				
1-3	ПЗ-1	Имиджелогия - отрасль современного человековедения	2	Основные условия формирования имиджа. Теоретические основания имиджа. Принципы имиджелогии. Приоритетные функции имиджа (ценностные, технологические). Роль механизмов социально-психологического влияния в процессе формирования имиджа.
1-3	ПЗ-2	Закономерности формирования и функционирования имиджа	2	Коммуникационная модель формирования имиджа. Каналы передачи информации. Формирование имиджа как субъект – субъектное взаимодействие. Общественное мнение общественное сознание.
1-3	ПЗ-3	Механизмы влияния в процессе формирования имиджа.	2	Убеждение. Внушение. Самопродвижение, заражение, пробуждение импульса к подражанию, принуждение, деструктивная критика, игнорирование, манипуляция. Технологии нейролингвистического программирования.
1-3	ПЗ-4	Индивидуальный имидж.	2	Я-концепция и Я-образ. 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. Критерии эффективности индивидуального имиджа.
1-3	ПЗ-5	Имидж руководителя.	2	Компоненты имиджа руководителя: личностный, социальный, профессиональный. Свойства имиджа руководителя - адекватность, ответственность, устойчивость, целостность, презентабельность.
1-3	ПЗ-6	Разработка и применение стратегий формирования имиджа.	2	Направления использования формирования имиджа (оказание индивидуальных услуг, участие

				<p>в рекламной деятельности, работа в системе связей с общественностью). Выявление имиджевых качеств объекта. Обеспечение постоянства имиджа.</p> <p>Использование методов активного социально-психологического обучения в формировании имиджа.</p> <p>Оптимизация общения с клиентом.</p>
1-3	<b>ПЗ-7</b>	Возрастания значимости имиджа организации и его особенности в современных условиях. Понятие и структура имиджа организации.	<b>2</b>	<p>Степень научной разработанности проблемы корпоративного (организационного имиджа). Социальная природа и функции организационного имиджа:</p> <p>Корпоративная культура - объективная основа единства внутреннего и внешнего имиджа организации.</p> <p>Факторы формирования корпоративной культуры: культура управления, культура производства, культура межличностных отношений на предприятии, культура поведения во внешней среде: культура отношений с потребителями, культура отношений с конкурентами и др.</p>
1-3	<b>ПЗ-8</b>	Роль имиджа организации в условиях современного рынка услуг.	<b>2</b>	<p>Внешний и внутренний имидж.</p> <p>Связь внутреннего имиджа с корпоративной культурой.</p> <p>Оптимальная структура внешнего имиджа учреждения.</p> <p>Изучение имиджа учреждения.</p> <p>Имидж руководителя в структуре имиджа учреждения.</p> <p>Роль внешних атрибутов образовательного учреждения: эмблема, девиз.</p>
1-3	<b>ПЗ-9</b>	Критерии и показатели эффективности формирования имиджа.	<b>2</b>	<p>Анализ и методы оценки имиджа</p> <p>Способы совершенствования имиджа.</p> <p>Основные мероприятия по совершенствованию имиджа.</p> <p>Критерии эффективности корпоративного имиджа</p>
<b>Всего по дисциплине</b>			<b>Σ18</b>	

## 5 ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При освоении дисциплины «Психология имиджа» используются следующие сочетания видов учебной работы с методами и формами активизации познавательной деятельности бакалавров для достижения запланированных результатов обучения и формирования компетенций.

Таблица 5.1. – Методы и формы активизации учебной деятельности

Методы и формы активизации деятельности	Виды учебной деятельности		
	ЛК	ПЗ	СРС
Дискуссия		*	
IT-методы	*	*	*
Круглый стол		*	
Индивидуальное обучение		*	*
Проблемное обучение	*	*	*

Для достижения поставленных целей преподавания дисциплины реализуются следующие средства и способы:

- теоретический материал дисциплины изучается на лекциях с использованием мультимедиа;
- самостоятельное изучение теоретического материала дисциплины с использованием Internet – ресурсов, информационных баз данных, методических разработок, специальной учебной и научной литературы;
- закрепление теоретического материала на практических занятиях с использованием IT-технологий, выполнение проблемно-ориентированных, творческих заданий.

## 6 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с ФГОС ВО выпускник по направлению подготовки 37.03.01 «Психология», профиль подготовки: «Социальная психология» с квалификацией «бакалавр» после изучения данной дисциплины должен обладать следующими компетенциями (представлены в таблице 6.1). Содержание самостоятельной работы обучающихся представлено в таблице 6.2.



Таблица 6.1 – Компетентностные характеристики обучающегося по дисциплине «Психология имиджа»

Индекс*	Наименование компетенции*	Содержание компетенции*	Технологии формирования	Форма оценочного средства ***
1	2	3	4	5
ПК-3	Профессиональные	способностью к осуществлению стандартных базовых процедур оказания индивиду, группе, организации психологической помощи с использованием традиционных методов и технологий	Лекции, самостоятельная работа, практическое занятие	Собеседование Реферат Защита проектов
ПК-4	Профессиональные	способностью к выявлению специфики психического функционирования человека с учетом особенностей возрастных этапов, кризисов развития и факторов риска, его принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам	Лекции, самостоятельная работа, практическое занятие	Собеседование Реферат Защита проектов

Таблица 6.2 Содержание самостоятельной работы обучающихся

№ п/п	Виды самостоятельной работы	Тема дисциплины курса (таблица 4.3)	Форма контроля
1.	Изучение учебно-методической и научно-методической литературы	1-3	Собеседование Реферат Защита проектов
2.	Подготовка к зачету	1-3	зачет

На самостоятельную работу выделяется 108 час.

**6.1 Для проверки знаний обучающихся предусматриваются следующие формы контроля:**

- К-1 Собеседование.
- К-2 Подготовка и защита проектов
- К-3 Реферат
- К-4 Зачет

Текущий контроль осуществляется методом устного опроса студентов в рамках семинарских занятий и проверки заданий для самостоятельной работы, зачетное собеседование

Итоговый контроль – в форме устного зачета в 4семестре.

Зачет проводится в форме индивидуального устного собеседования с преподавателем. Полученный зачет оценивается от 0 до 20 баллов в рамках БРС. (см. Приложение А, табл. А.1).

**6.2 Оценочные материалы для текущего контроля и аттестации обучающегося** представлены в методических указаниях «Фонд оценочных материалов по дисциплине «Психология имиджа».

### **6.3 Темы рефератов**

1. Определение понятия имиджелогии, образа, облика. Имидж и маска.
2. Компоненты имиджа личности.
3. Основные условия формирования имиджа.
4. Имидж как одаренность. "Я- концепция".
5. Имидж-эффект. Имидж и символ. Разновидности имиджа.
6. Приоритетные функции имиджа (ценностные, технологические).
7. Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа.
8. Роль механизмов социально-психологического влияния в процессе формирования имиджа.
9. Этические проблемы деятельности имиджмейкера по формированию имиджа клиента.
10. Формирование имиджа как субъект - субъектное взаимодействие.
11. Формирование имиджа как создание социальной реальности в сознании людей.
12. Общественное мнение общественное сознание.
13. Когнитивные процессы в основе формирования имиджа.
14. Социальные стереотипы и установки
15. Формирование имиджа в среде массовой коммуникации.
16. Роль средств массовой информации в формировании социальной реальности.
17. Методы преподавания имиджелогии как учебного предмета.
18. Технология имиджирования: позиционное представление презентации.
19. Стратегии и тактики построения имиджа. Виды имиджирующей информации.
20. Направления использования формирования имиджа (оказание индивидуальных услуг, VIP, участие в рекламной деятельности, работа в системе связей с общественностью, политическое консультирование).
21. Стихийность и целенаправленность в формировании имиджа.
22. Характеристика этапов формирования имиджа: изучение объекта, оценка аудитории, коррекция характеристик объекта, символизация, позиционирование, презентация имиджа.



## 6.4 Задание на разработку проектов

Разработайте проект:

**Личностный имидж:**

- А) руководителя организации (по выбору);
- Б) сотрудника организации (по выбору).

### Основные требования к проекту

Ограниченность проекта, целостность, объективность и обоснованность, компетентность автора и персонала, жизнеспособность, требования к оформлению, ожидаемые результаты.

1. **Ограниченность** (по времени, целям и задачам, результатам и т.д.) – это характеристика проекта, позволяющая контролировать ход его реализации по четко определенным этапам на основании обозначенных, измеряемых результатов каждого этапа.

**Ограниченность проекта** означает, что он содержит:

этапы и конкретные сроки их реализации;

четкие и измеряемые задачи;

конкретные и измеряемые результаты;

планы и графики выполнения работ;

конкретное количество и качество ресурсов, необходимых для реализации.

2. **Целостность** – общий смысл проекта ясен и очевиден, каждая его часть соответствует общему замыслу и предполагаемому результату.

3. **Последовательность и связность** – логика построения частей, которые соотносятся и обосновывают друг друга. Цели и задачи напрямую вытекают из поставленной проблемы. Бюджет опирается на описание ресурсов и сочетается с планом.

4. **Объективность и обоснованность** – доказательность того, что идея проекта, подход к решению проблемы оказались не случайным образом, а являются следствием работы авторов по осмыслению ситуации и оценки возможностей воздействия на нее.

5. **Компетентность автора и персонала** – адекватное выражение осведомленности авторов в проблематике, средствах и возможностях решения вопроса. Владение персоналом технологиями, механизмами, формами и методами реализации проекта.

6. **Жизнеспособность** – определение перспектив развития проекта в дальнейшем, возможности его реализации в других условиях, чем он может быть продолжен.

**Критерии оценки проектов:** актуальность и новизна выбранной технологии, проработанность механизма осуществления, обоснованность и степень реальности осуществления представляемого проекта.

Вопросы, которые необходимо решить перед процедурой оценки:

1. Кто именно входит в круг лиц, участвующих в оценке результатов проекта? (Проектировщики, исполнители, независимые наблюдатели, потребители)



2. Что именно подлежит экспертизе и оценке? (Промежуточный или конечный результат, продукт, полученный в результате выполнения проекта, ход выполнения, личностные изменения или изменения среды)

3. Какие действия должны быть произведены для того, чтобы оценить проектный результат? (Рефлексивная и оценочная деятельность, оценочный инструментарий, публичное представление проекта в виде презентации, творческого отчета, рекламной акции и т.п.)

### **Критерии оценки проектов:**

1. Полнота реализации проектного замысла. (Насколько воплощены исходные цели, требования, всели задачи решены)

2. Соответствие контексту проектирования. (Соотнесение проектного результата со средой, где он выполняется, соответствие определенное культуре, времени.)

3. Соответствие культурному аналогу. (Соответствие аналогичным социально-педагогическим образовательным продуктам, т.е. общепринятым нормам: образовательному стандарту, программе, творческому заданию и т.п.)

4. Степень новизны. (Новая программа или новый интегративный курс сопоставляются с имеющимися аналогами, новое должно обеспечивать развитие)

5. Социальная (практическая, теоретическая) значимость. (Степень потенциального влияния проектного продукта на изменение социально-педагогической, образовательной ситуации, возможность перенесения данного проекта в другие условия)

6. Гуманитарность. (Соотнесение полученного результата с потребностями, интересами, возможностями людей, попадающих в сферу его распространения. Гуманитарность – особое качество бытия: ценностный аспект, содержательная целостность, культурный контекст, возможность ориентации на познавательные потребности конкретного человека, проблемный, диалогический характер и др.)

7. Эстетичность. (Оформление документов, качество презентации, дизайн отчета, изящество теоретического решения проблемы и др.)

Методами экспертных оценок, путем анализа документов, проведением социологических опросов, выполнением наблюдений в ходе апробации проекта определяется степень воплощения замыслов проекта в содержательном, технологическом и управленческом (организационном) аспектах.

По оценке характеристик реального достижения поставленных в проекте целей, методом сравнения возможностей проекта с возможностями традиционных учебных курсов определяется **эффективность проекта**.

Наличие в проекте определенной совокупности признаков и условий определяется **возможность многократного тиражирования проекта** без существенного снижения эффективности.

Учет возможностей переноса проекта в новые образовательные системы и условия определяет **открытость проекта**.

### **Ожидаемые результаты:**

1. **Повышение социальной активности** субъекта социального проектирования (отдельных работников, трудового коллектива, общественной организации), готов-



ность принять личное практическое участие в улучшении социальной ситуации в местном сообществе.

2. **Готовность** государственных органов, органов местного самоуправления и др. выслушать доводы участников социального проекта и принять предложения по улучшению социальной ситуации.

3. **Реальный вклад** в изменение социальной ситуации в местном сообществе.

4. **Положительные изменения** в сознании субъекта социального проекта, повышение уровня общей культуры участников проекта.

5. **Наличие** у членов проектных групп сформированных **навыков коллективной работы по подготовке и реализации** собственными силами реального социально полезного дела.

6. **Изменение общественного мнения**, увеличения числа жителей, готовых лично включиться в практическую деятельность по улучшению социальной ситуации в местном сообществе.

**Параметры научно разработанного социального проекта** Социальный проект должен содержать систему общих параметров проектируемого объекта, характеризующих его целостность, а также систему параметров составляющих его подсистем, блоков, элементов, их связей. Это следующие параметры:

1) наличие таких характеристик, которые у проектируемого объекта без четкого проекта не возникают;

2) наличие параметров, способных обеспечить реализацию социального заказа;

3) наличие характеристик, поддающихся внедрению в течение определенного промежутка времени.

## 6.5 Вопросы к зачету:

1. Имиджелогия - отрасль современного человековедения.

2. Определение понятия имиджелогии, образа, облика.

3. Компоненты имиджа личности.

4. Теоретические основания имиджа.

5. Принципы имиджелогии.

6. Приоритетные функции имиджа (ценностные, технологические).

7. Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа.

8. Роль механизмов социально-психологического влияния в процессе формирования имиджа.

9. Закономерности формирования и функционирования имиджа.

10. Социальные стереотипы и установки.

11. Механизмы влияния в процессе формирования имиджа. Понятие социально-психологического влияния. Убеждение. Внушение.

12. Роль средств массовой информации в формировании социальной реальности. Особенности применения печатных (книги, газеты, журналы) и электронных (радио, телевидение, Интернет) средств массовой информации.

13. Реклама и публик рилейшенс как средство формирования образа социальных объектов.
14. Имидж руководителя. Компоненты имиджа руководителя: личностный, социальный, профессиональный.
15. Структура и типология имиджа. Когнитивный, аффективный и поведенческий компоненты имиджа.
16. Виды объектов имиджа: личность, организация, группа, товар (торговая марка).
17. Имидж как составная часть культуры делового общения.
18. Индивидуальный имидж. Взаимоотношения имиджа, Я-реального, Я-идеального и Образа Я у других.
19. Самопрезентация. Факторы восприятия личности в общественном сознании.
20. Использование психодиагностики для создания психологического портрета личности. Тесты, опорники, контент-анализ, биографический метод, наблюдение и особенности их применения.
21. Критерии эффективности индивидуального имиджа.
22. Корпоративный имидж. Понятие корпоративного имиджа. Роль имиджа учреждения (организации, формы) в условиях современного рынка услуг.
23. Внешний и внутренний имидж организации. Связь внутреннего имиджа с корпоративной культурой.
24. Основные мероприятия по совершенствованию имиджа.



## 7 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 7.1. Обеспечение образовательного процесса по образовательной программе 37.03.01 "Психология" профиль подготовки "Социальная психология" учебной и учебно-методической литературой

№ п/п	Наименование дисциплины в соответствии с учебным планом	Автор, название, место издания, издательство, год издания учебной и учебно-методической литературы	Количество экземпляров	Количество экземпляров на одного обучающегося
1	2	3	4	5
Б.1.В.ДВ.04.01	Психология имиджа	<p><b>Основная литература:</b>  Б-1 Чумиков, А. Н. Имидж – репутация – бренд: традиционные подходы и новые технологии: сборник статей / А. Н. Чумиков – М.-Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 106 с. – URL: <a href="https://prclub.com/assets/files/pr_lib/pr_raboty/2016/Chumikov_digest.pdf">https://prclub.com/assets/files/pr_lib/pr_raboty/2016/Chumikov_digest.pdf</a>  Б-2 Гринберг, Т. Э. Политические технологии: ПР и реклама: учеб. пособие / Т. Э. Гринберг. — 2-е изд., испр. — М.: Аспект Пресс, 2012. — 281 с. — URL: <a href="https://rucont.ru/efd/230305">https://rucont.ru/efd/230305</a></p> <p><b>Дополнительная литература:</b>  Б-3. Ушакова, Н. В. Имиджелогия: учеб. пособие для бакалавров / Н. В. Ушакова, А. Ф. Стрижова. - 3-е изд., испр. - М. : Изд. - торгов. корпорация "Дашков и К", 2015. - 264 с.</p> <p><b>Учебно-методическая литература:</b>  М-1 Добрина, О.А. Методические указания для организации самостоятельной работы для обучающихся по дисциплине: «Психология имиджа» для направления подготовки: 37.03.01 Психология, профиль подготовки «Социальная психология» очной формы обучения. / О.А. Добрина. – Новосибирск: НТИ (филиал) РГУ им. А.Н.Косыгина, 2020. – 15с. – URL: <a href="https://is.nbirgu.ru/is_nti/index.php/prosmotr-materialov">https://is.nbirgu.ru/is_nti/index.php/prosmotr-materialov</a>  М-2 Фонд оценочных материалов по учебной дисциплине «Психология имиджа» Направления подготовки: 37.03.01 Психология, профиль подготовки «Социальная психология» очной формы обуче-</p>	100%	100%



## 8 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 8.1 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Информация о наличии специализированных аудиторий, лабораторий, технических средств обучения и т.д. представлена в виде таблицы (таблица 8.1).

Таблица 8.1 – Обеспечение образовательного процесса по программе оборудованными учебными кабинетами, объектами для проведения практических занятий

№ п/п	Наименование дисциплины в соответствии с рабочим учебным планом	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения лабораторных/практических занятий с перечнем основного оборудования	Фактический адрес учебных кабинетов и объектов
Б1.В.ДВ.04.01	Психология имиджа	<p><b>501ауд.</b> Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации</p> <p>Аудиторная мебель – столы 21 шт., стулья 43 шт., стол преподавателя, доска аудиторная для писания мелом Вместимость не менее 40 человека.</p> <p>Персональный компьютер с базовым лицензионным программным обеспечением и подключенным к сети Интернет. Комплект демонстрационного оборудования (экран и мультимедиа проектор).</p> <p><b>502ауд.</b> Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации</p> <p>Аудиторная мебель – Аудиторная мебель – компьютерные столы 10 шт., стулья 10 шт., компьютер в комплекте - 10 шт. с базовым лицензионным программным обеспечением и подключенным к сети Интернет; стол преподавателя, доска аудиторная для писания мелом; персональный компьютер с базовым лицензионным программным обеспечением и подключенным к сети Интернет. Комплект демонстрационного оборудования (экран и мультимедиа проектор).</p>	Новосибирск, Красный проспект, 35 НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина





## 9 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ

(4 семестр)

№ недели	Лекции	Практик. занятия	Используемые учебно-методические материалы	Самостоятельная работа	Форма контроля
1	ЛК-1		Б-1 – Б-5, М-1	СИ-1	Собеседование
		ПЗ-1	Б-1 – Б-5, М-1		Собеседование
2	ЛК-2		Б-1 – Б-5, М-1	СИ-2	Собеседование
		ПЗ-2	Б-1 – Б-5, М-1		Собеседование
3	ЛК-3		Б-1 – Б-5, М-1	СИ-3	Собеседование
		ПЗ-3	Б-1 – Б-5, М-1		Собеседование
4	ЛК-4		Б-1 – Б-5, М-1	СИ-4	Собеседование
		ПЗ-4	Б-1 – Б-5, М-1		Собеседование
5	ЛК-5		Б-1 – Б-5, М-1	СИ-5	Собеседование, реферат
		ПЗ-5	Б-1 – Б-5, М-1		Собеседование
6	ЛК-6		Б-1 – Б-5, М-1	СИ-6	Собеседование
		ПЗ-6	Б-1 – Б-5, М-1		Собеседование, тестирование
7	ЛК-7		Б-1 – Б-5, М-1	СИ-7	Собеседование
		ПЗ-7	Б-1 – Б-5, М-1		Собеседование
8	ЛК-8		Б-1 – Б-5, М-1	СИ-8	Собеседование, тестирование
		ПЗ-8	Б-1 – Б-5, М-1		Собеседование
9	ЛК-9		Б-1 – Б-4, М-1	СИ-9	Собеседование
		ПЗ-9	Б-1 – Б-4, М-1		Защита проектов

**10 ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ  
С ДРУГИМИ ДИСЦИПЛИНАМИ НАПРАВЛЕНИЯ  
НА 2020/2021 УЧЕБНЫЙ ГОД**

<b>Наименование дисциплины, изучение которой <i>опирается</i> на данную</b>	<b>Кафедра</b>	<b>Предложения об изменениях в рабочей программе, подпись <i>зав.кафедрой</i></b>	<b>Решение, принятое кафедрой, разрабатывающей программу. Подпись <i>зав.кафедрой</i></b>
Организационная психология Конфликтология Психология рекламы	ГНиИЯ		

Декан ФТиД \_\_\_\_\_   
 личная подпись

/Е.В. Арчинова/ \_\_\_\_\_   
 расшифровка подписи      дата

# 11 ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ НА 20\_\_/20\_\_ УЧ. ГОД.

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

- 1) .....
- 2) .....

Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры \_\_\_\_\_

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

*наименование кафедры      личная подпись      расшифровка подписи      дата*

Заведующая библиотекой \_\_\_\_\_

*личная подпись      расшифровка подписи      дата*



## Приложение А

Таблица А.1 Оценка знаний студентов по балльно-рейтинговой системе по дисциплине «Психология имиджа», направление 37.03.01 «Психология» (курс 2, семестр 4)

Вид контроля	Баллы	ДМ1				ДМ24								ДМ3				Всего									
		ТР (неделя)																									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16		17	18							
Рубежный рейтинг	0-2																										
Посещаемость лк	1,5	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Самостоятельная работа	5	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
Посещаемость пз	0,9				*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
Конспекты лекций	3							*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
Ритмичность (пз)	0,6				*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
Оформление отчета по пз	2				*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
Защита пз	5				*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
Рейтинг по дисциплине (промежуточный)																											
Зачет																											
Рейтинг по дисциплине																											