

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»**

КАФЕДРА «СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

**МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

«Имиджелогия»

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью

Автор

Е.В.Швец

Воронеж – 2021

Введение.

Цели дисциплины

Ознакомить студентов с инструментарием имиджологии, навыками формирования различных видов имиджа; навыками использования инструментария имиджологии. Дать представление об основных проблемах, связанных с таким явлением как имидж, в различных его аспектах, получающих практическую реализацию в современной социальной практике, а также о существующих или возможных научных подходах к решению этих проблем.

Задачи освоения дисциплины

Сформировать представление о теоретических истоках имиджологии (психологических, семиотических, интеракционистских, риторических и др.);

Сформировать представление о современных концепциях имиджа;

Научить оперировать инструментарием имиджологии;

Помочь овладеть навыками построения личностного имиджа;

Помочь овладеть навыками проведения анализа.

Тема 1. Имидж и его роль в деловой жизни.

Современное значение термина «имидж». Субъекты имиджирования. Атрибуты, факторы и компоненты имиджа. Концептуальные характеристики имиджа. Разновидности имиджа. Имидж как предмет внимания науки. Тематика исследований, дисциплинарные подходы. Имиджология как наука о стратегии, тактике и технологии создания позитивного имиджа. Профессия имиджмейкера. Службы и специалисты по созданию имиджа на предприятии. Роль службы по связям с общественностью в создании имиджа организации.

Тема 2. Концептуальные модели корпоративного имиджа.

Парадигмальный сдвиг в исследованиях корпоративного имиджа: акцент на особенностях получателя имиджформирующей информации. Традиционная

и современная модели коммуникации и имиджа. Понимание источников, факторов, структуры имиджа, связи имиджа с поведением потребителей и корпоративной идентичностью в традиционной и современной моделях.

Тема 3. Корпоративная репутация в системе имиджирования.

Определение имиджа и репутации в отечественной и зарубежной науке. Возрастание внимания теоретиков и практиков к корпоративной репутации. «Аналоговая школа» о корпоративном имидже и корпоративной репутации. Дифференцирующая школа о корпоративном имидже и корпоративной репутации. Факторы корпоративной репутации. Измерение корпоративной репутации.

Тема 4. Основы технологии формирования внешнего и внутреннего имиджа фирмы.

Функции внешнего имиджирования. Идентификация, акцентуация и продвижение в технологии формирования внешнего имиджа. Проектирование корпоративного имиджа. Технические задачи имиджевых коммуникаций. Определение целевых аудиторий. Разработка компонентов внешнего имиджа организации. Firmenное наименование и аббревиатура, торговая марка, логотип и фирменная шрифтовая надпись, девиз и слоган, лозунг, знамя, флаг, вымпел, фирменный цвет, внешний вид персонала, дизайн интерьера и экстерьера, фирменные бланки, брошюры, рекламные проспекты, упаковочный материал и т.д. Создание сообщений. Способы передачи сообщений. Взаимодействие с органами массовой информации. Имиджевые рекламные кампании. Имиджевая общественная деятельность. Целенаправленное управление внутренней коммуникацией в целях имиджирования. Обучение и консультирование, непосредственно направленные на поддержание имиджа организации в глазах персонала. Программы стимулирования труда и формирование позитивного имиджа организации. Программы стимулирования. Денежные и неденежные формы поощрения.

Тема 5. Кадровая политика предприятия как способ формирования внутреннего имиджа фирмы.

Подбор персонала. Система профессиональной адаптации, продвижения и ротации. Повышение уровня профессиональных знаний. Тренинги знаний и навыков. Поддержание благоприятного социально-психологического климата. Организация неформального общения сотрудников. Формы отдыха, обеспечивающие сплочение коллектива.

Тема 6. Политическая имиджелогия.

Понятие, классификация политического имиджа. Место и функции персонального имиджа в политике. Построения политического имиджа. Визуальное измерение имиджа. Контекстное измерение имиджа. Законы сочетания имиджей.

Вопросы для обсуждения по темам дисциплины:

1. Формирование представлений об имидже в культуре второй половины XX в.
2. Предмет и законы имиджелогии. Имиджелогия в системе ИМК.
3. Основные понятия имиджелогии. Имиджмейкинг, имиджбилдинг.
4. Проблема соотношения имиджмейкинга и PR в разработке и поддержании имиджа: теоретический и прикладной аспекты.
5. Имидж как система и процесс. Проблемы практической реализации имидж-модели.
6. Структура имиджа. Структурный подход к формированию имиджа.
7. Типология имиджей.
8. Функции персонального имиджа.
9. Функции имиджа организации
Роль корпоративной культуры в формировании имиджа фирмы.
7. Имидж как объект моделирования. Алгоритмы формирования имиджа.
8. Визуальное, вербальное, событийное, контекстное измерения имиджа.

9.Инструментарий имиджелогии. Типология средств создания имиджа. Условия и границы их применения и т.п.

10. Проблема соотношения субъекта и контекста в имиджевом решении.

11. Мифологизация как инструмент формирования имиджа (политика, шоу- бизнес, брендинг).

12. Роль стереотипов в создании и восприятии имиджа.

13. Проблема визуализации имиджа.

14. Роль выразительных форм в создании имиджа.

15. Роль репутации в формировании имиджа.

16. Проблема оценки составляющих корпоративного имиджа.

17. Соотношение корпоративной философии и корпоративного имиджа:

теоретический и прикладной аспекты.

18. Социальный имидж организации.

19. Бизнес-имидж организации.

20. Роль PR в формировании позитивного корпоративного имиджа.

21. Имидж политика: теоретические проблемы, методы анализа.

22. Корпоративный имидж: сущность, функции, структура, стратегия формирования.

23. Корпоративный имидж и репутация.

24. Социальный имидж организации: анализ конкретного примера.

25. Фирменный стиль как средство создания визуального имиджа организации.

26. Пути и методы оптимизации текущего имиджа.

Практическое задание: «Формирование корпоративной идентичности» на примере конкретной организации (по выбору студента).

Темы рефератов :

1. Имидж как социально-психологический феномен.
2. Символическая природа имиджа.
3. Понятие «имидж». Типы имиджей. Имидж организации.
4. Функции имиджа.
5. Инструменты формирования имиджа.
6. Понятие внешнего имиджа организации и его задачи.
7. Понятие внутреннего имиджа организации. Задачи внутреннего имиджа. Элементы внутреннего имиджа.
8. Планирование внутреннего имиджа организации.
9. Особенности индивидуального имиджа.

Рекомендации к самостоятельной работе студентов по дисциплине «Имиджелогия».

Самостоятельная работа – это планируемая работа студентов, которую они выполняют по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его прямого участия. Самостоятельная работа нацелена на повышение уровня теоретического и практического освоения студентами данного курса.

Самостоятельная работа необходима не только для освоения дисциплины «Имиджелогия», но и для формирования навыков самостоятельной работы как в учебной, так и профессиональной деятельности. Каждый студент учится самостоятельному решению проблем, нахождению оригинальных творческих решений.

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя выполнение различного рода заданий (изучение учебной и научной литературы, текстов

лекций, систематизацию прочитанного материала, решение стандартных и нестандартных задач т.п.), которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины «Имиджелогия». Самостоятельная работа по данной дисциплине может осуществляться в различных формах (например, подготовка докладов/рефератов, выполнение творческих заданий, решение кейс-задач, публикация тезисов, научных статей, подготовка презентаций и др.). Виды заданий для внеаудиторной самостоятельной работы, их содержание и характер могут иметь вариативный и дифференцированный характер, учитывать индивидуальные особенности студента. Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов online и на занятиях в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности.

Самостоятельная работа выполняется на основе изучения литературы (коллективных произведений, монографий, статей и др.), в которых предметом специального рассмотрения является тема самостоятельной работы, а также с использованием предложенной преподавателем методической литературы. Подбор литературы следует начинать с ознакомления с предметным, систематическим каталогами и ресурсами электронной библиотеки ВГТУ. Подбор литературы завершается составлением сводного списка литературы, подлежащей изучению. Самостоятельная подготовка может вестись с использованием списка основной и дополнительной литературы.

При выполнении самостоятельной работы студент должен пройти следующие этапы: определение цели самостоятельной работы; конкретизацию проблемной или практической задачи; планирование (самостоятельно или с помощью преподавателя) самостоятельной работы по решению задачи; реализацию программы выполнения самостоятельной

работы.

Самостоятельная работа по дисциплине «Имиджелогия» выполняется в виде:

1. Творческое задание – частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся. Рекомендуется для оценки умений и владений студентов, развития профессиональных творческих навыков.
2. Кейс-задачи по отдельным темам практического занятия. Кейс-задача – проблемное задание, в котором обучающемуся предлагают осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы. Рекомендуется для оценки знаний, умений и владений, а также отдельных дисциплинарных компетенций студентов.
3. Написание реферата – одна из форм обучения, направленная на организацию и повышение уровня самостоятельной работы студентов, целью которой является расширение научного кругозора студентов, ознакомление с методологией научного поиска.

Основные задачи студента при написании реферата:

- с максимальной полнотой использовать литературу по выбранной теме (как рекомендуемую, так и самостоятельно подобранную) для правильного понимания авторской позиции;
- верно (без искажения смысла) передать авторскую позицию в своей работе;
- уяснить для себя и изложить причины своего согласия (несогласия) с тем или иным автором по данной проблеме.

Требования к содержанию:

- материал, использованный в реферате, должен относиться строго к выбранной теме;
- необходимо изложить основные аспекты проблемы не только грамотно, но и в соответствии с той или иной логикой (хронологической, тематической, событийной и др.)
- при изложении следует сгруппировать идеи разных авторов по общности точек зрения или по научным школам;
- реферат должен заканчиваться подведением итогов проведенной исследовательской работы: содержать краткий анализ-обоснование преимуществ той точки зрения по рассматриваемому вопросу, с которой Вы солидарны.

Все студенты готовят итоговую работу «Формирование корпоративной идентичности» на примере конкретной организации (по выбору студента).

Руководители должны регулярно проводить консультации. Очень важной является первая консультация, когда студентов знакомят с методикой работы, подбором литературы и составлением плана.

Контроль над самостоятельной работой студента осуществляется преподавателем во время консультаций и практических занятий с помощью тестирования, собеседования, защиты индивидуального задания, публичного доклада, реферата.

Рекомендации по организации контактной работы студента с преподавателем при освоении дисциплины «Имиджелогия».

Методические рекомендации по организации форм контактной работы студента с преподавателем содержат описание методов и средств использования электронной информационно-обучающей среды при реализации учебных занятий по освоению дисциплины «Имиджелогия» направления бакалавриата 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Под контактной работой студентов с преподавателями в электронной

информационно-образовательной среде (далее – контактная работа в ЭИОС) понимается образовательная деятельность, основанная на взаимодействии обучающихся с педагогическими работниками в ЭИОС, организованном с помощью средств ЭО и ДОТ в целях достижения образовательных результатов. Контактная работа в ЭИОС может происходить с использованием исключительно активных методов обучения при синхронном или асинхронном формате взаимодействия обучающихся с педагогическими работниками в ЭИОС.

С целью прохождения обучающимися образовательных программ в полном объеме каждый преподаватель дисциплины (модуля) самостоятельно определяет формы обучения по каждой дисциплине (модулю): скайп-конференции, онлайн-курсы, презентации, вебинары, общение через мессенджеры, электронную почту, социальные сети. Ответственный за организацию технического сопровождения перехода на реализацию образовательных программ с применением исключительно ДОТ создает в облачном хранилище (Google-диск, Яндекс-диск и др.) систему контроля выдачи заданий обучающимся.

В рамках этой работы при освоении курса по дисциплине «Имиджелогия» проводятся видеолекции, вебинары по организации самостоятельной работы студентов на основе учебно-методических комплексов, вебинары по сложным темам курса, вебинары практической направленности, тематические, проблемные, задачные и консультационные форумы, форумы по организации самостоятельной работы студентов, образовательные вебквесты, индивидуальные и групповые видеоконсультации и др.

Промежуточная, итоговая, государственная итоговая аттестация обучающихся с использованием дистанционных образовательных технологий осуществляется через автоматизированное тестирование, выполнение письменных работ, проведение устных экзаменов, зачетов, собеседований, формирование и оценивание портфелей обучающихся, проведение учебных вебконференций и др.

Основой учебно-методического обеспечения контактной работы обучающихся с преподавателем является учебно-методический комплекс по дисциплине «Имиджелогия», размещенный в электронной информационно-образовательной среде университета и включающий комплект электронных образовательных ресурсов, обеспечивающих все виды работы в

соответствии с программой учебного предмета «Имиджелогия».

Организация контактной работы в ЭИОС по освоению дисциплины «Имиджелогия».

Организация контактной работы при реализации учебных занятий по дисциплине «Имиджелогия» в ЭИОС (иначе – онлайн-занятий) может осуществляться при непосредственном включении в образовательную деятельность элементов систем и сервисов ЭИОС, позволяющих установить синхронное либо асинхронное взаимодействие между обучающимися и педагогическими работниками. Организация образовательной деятельности в ЭИОС ВГТУ в форме контактной работы возможна за счет использования элементов таких систем и сервисов как:

- Электронная информационно-образовательная среда ВГТУ - <http://eios.vorstu.ru/>, которая позволяет организовать образовательный процесс посредством использования информационно-образовательных технологий и сервисов ЭИОС; обеспечить доступ обучающихся и преподавателей к информационно-справочным и информационным образовательным ресурсам ЭИОС университета посредством использования информационно-коммуникационных технологий и сервисов ЭИОС, а также обеспечить эффективные коммуникации и взаимодействие всех участников образовательного процесса.
- Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» <http://window.edu.ru/>.
- [Электронные библиотечные системы и научная библиотека ВГТУ.](#)
- «Студенческий чат ВГТУ» – web приложение для взаимодействия преподавателей и студентов, элементы которого предполагают возможность обратной связи со стороны преподавателя в виде комментария или оценки работы обучающегося и могут быть использованы для организации всех видов учебных занятий, в частности по дисциплине «Имиджелогия».

При организации в ЭИОС лекций, разъяснительной части практических занятий, консультаций по дисциплине «Имиджелогия» активно используется сервис видеоконференций в системе Zoom для проведения:

- лекций;
- практических занятий;

- семинаров по организации самостоятельной работы студентов;
- консультации по сложным темам курса и др.

При осуществлении контактной работы применяются и иные формы взаимодействия со студентами. Эффективным инструментом контактной работы при освоении дисциплины «Имиджелогия» являются корпоративные группы кафедры «Связи с общественностью» в социальной сети ВКонтакте для размещения актуального обучающего контента:

«Profi comunica» <https://vk.com/club1933500754>;

Студенческая лаборатория «PR прямого действия. Мастерская профессионалов» - <https://vk.com/club31511967>.

Для организации консультаций по дисциплине «Имиджелогия» используется сервис «Чат» и «Беседа» ВКонтакте группы кафедры «Связи с общественностью» https://vk.com/pr_vgasu.

При организации контактной работы в ЭИОС в рамках одного учебного занятия по одной теме дисциплины «Имиджелогия» возможно использование нескольких элементов контактной работы.

При использовании комбинации ресурсов дистанционного обучения для студентов размещается актуальная информация о регламенте изучения всего курса дисциплины «Имиджелогия» (или отдельной темы) для обеспечения их связи в учебной работе студента посредством гиперссылок и поясняющего текста.

При использовании комбинации элементов также возможно использование элементов и ресурсов ЭИОС, не предполагающих взаимодействия между обучающимися и педагогическими работниками для организации вводной части занятия, актуализации пройденного учебного материала, обеспечения дополнительной образовательной активности и т.д. – в качестве вспомогательных элементов и ресурсов при их сочетании с элементами контактной работы используется, например, электронная почта преподавателя.

Примечание: сокращения, определения и ссылки.

ДОТ – дистанционные образовательные технологии. ЭИОС – Электронная информационно-образовательная среда университета -

<http://eios.vorstu.ru/>.

«Студенческий чат ВГТУ» – web-приложение для взаимодействия преподавателей и студентов.

«Profi comunica» <https://vk.com/club1933500754>; Студенческая лаборатория «PR прямого действия. Мастерская профессионалов» <https://vk.com/club31511967> –корпоративные группы в социальной сети ВКонтакте для студентов и преподавателей для размещения актуального обучающего контента.

Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

1. Ушакова, Н. В. Имиджелогия. 3-е изд. : Учебное пособие / Ушакова Н. В. - Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012. - 264 с. - ISBN 978-5-394-01942-5.

URL: <http://www.iprbookshop.ru/10561.html>

2. Андреева, С. В. Имиджелогия : конспект лекций / С.В. Андреева; Министерство культуры Российской Федерации; Кемеровский государственный институт культуры; Институт социально-культурных технологий; Кафедра социально-культурной деятельности. - Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2017. - 72 с. - Библиогр.: с. 67. - ISBN 978-5-8154-0400-7.

URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=487647>

3. Беляева, М. А. Азы имиджелогии. Имидж личности, организации, территории [Электронный ресурс] : Учебное пособие для вузов / М. А. Беляева, В. А. Самкова. - Москва, Екатеринбург : Кабинетный ученый, 2017. - 228 с. - ISBN 978-5-7584-0140-8.

URL: <http://www.iprbookshop.ru/75000.html>

4. Овчинникова А.М., Шульга Н.В. Основы имиджелогии: конспект лекций для студентов./ А.М. Овчинникова, Н.В. Шульга; Омский гос. ун-т путей сообщения. Омск, 2019. 55 с.

5. Жижина М.В. Психология имиджа: учебное пособие /М.В. Жижина. ЛитРес: Самиздат, 2021.- 323с.

6. 76-2020 Организация самостоятельной работы студентов: методические рекомендации для студентов направления 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» всех форм обучения / ФГБОУ ВО «Воронеж. гос. тех. ун-т», каф. связи с общественностью; сост.: Н. Н. Скрипникова, Е. С. Чеснокова. - Воронеж : Воронежский государственный технический университет, 2020. - 24 с. Методические рекомендации подготовлены в электронном виде и содержатся в файле Н.Н. Скрипникова, Е.С. Чеснокова Метод. рек. по самост. работе студ..pdf.

