

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Кабардино-Балкарский государственный университет
им. Х.М. Бербекова» (КБГУ)

Социально-гуманитарный институт

Кафедра организации работы с молодежью

СОГЛАСОВАНО

УТВЕРЖДАЮ

**Руководитель образовательной
программы**

Директор СГИ

_____ **С.С. Апажева**

_____ **М.С. Тамазов**

«__» _____ **2024 г.**

«__» _____ **2024 г.**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.01.04 «ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖЕВОЙ СТРАТЕГИИ И
ИНСТРУМЕНТЫ ИМИДЖЕЛОГИИ»

Направление подготовки

39.04.03 Организация работы с молодежью

(код и наименование направления подготовки)

Магистерская программа

Организация работы с молодежью в сфере управления и социальных коммуникаций

(наименование программы)

Квалификация (степень) выпускника

Магистр

Форма обучения

очная

Нальчик 2024

Рабочая программа дисциплины «Формирование имиджевой стратегии и инструменты имиджелогии» / сост. Е.А. Нальчикова. – Нальчик: КБГУ, 2024. – 29 с.

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов 1 года очной формы обучения по направлению подготовки **39.04.03 Организация работы с молодежью** в 1 семестре.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена с учетом федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки

39.04.03 Организация работы с молодежью

(код и наименование направления подготовки)

утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 5 февраля 2018 г. № 82 и «Положения о рабочей программе дисциплины (модуля) по образовательным программам высшего образования в КБГУ» (Приказ №164 от 21.03.2019 г.).

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО.....	4
3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	4
4. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ.....	5
4.1 Содержание разделов	5
4.2 Структура дисциплины	7
4.3 Лекционные занятия	8
4.4 Практические занятия.....	8
4.5 Лабораторные занятия	9
4.6 Самостоятельное изучение разделов дисциплины.....	9
5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО И РУБЕЖНОГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ	10
5.1 Оценочные материалы для текущего контроля.....	10
5.2 Оценочные материалы для рубежного контроля.....	15
5.3 Оценочные материалы для промежуточной аттестации.....	16
6. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	18
7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	20
7.1 Основная литература.....	21
7.2 Дополнительная литература.....	21
7.3 Интернет-ресурсы.....	21
7.4 Методические указания по проведению учебных занятий.....	22
8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	27

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа дисциплины составлена на основе требований ФГОС ВО по направлению подготовки 39.04.03 Организация работы с молодежью.

Цель изучения дисциплины - овладение магистрантами необходимыми теоретическими знаниями и практическими навыками по имиджологии.

Задачи дисциплины:

- способствовать формированию у студентов широких представлений об истории имиджа, видах имиджа, имиджевой стратегии;
- познакомить с инструментами имиджологии;
- раскрыть теоретические основы и базовые концепции управления имиджем;
- научиться создавать позитивный имидж.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Формирование имиджевой стратегии и инструменты имиджологии» входит в состав дисциплин модуля «Технологии управленческой коммуникативной деятельности в работе с молодежью» части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 «Дисциплины (модули)» ФГОС ВО по направлению подготовки 39.04.03 Организация работы с молодежью, магистерская программа «Организация работы с молодежью в сфере управления и социальных коммуникаций».

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

В совокупности с другими дисциплинами магистерской программы «Организация работы с молодежью в сфере управления и социальных коммуникаций» дисциплина «Формирование имиджевой стратегии и инструменты имиджологии» направлена на формирование следующей универсальной компетенции в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по направлению подготовки 39.04.03 Организация работы с молодежью (уровень магистратуры):

УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.	<p>УК 6.1. - Выстраивает и обосновывает иерархию целей и задач саморазвития с точки зрения их приоритета в жизненном и профессиональном самоопределении</p> <p>УК 6.2. - Проводит самооценку уровня своей готовности к решению профессиональных задач разрабатывает и реализует программу саморазвития и самосовершенствования</p> <p>УК 6.3. - Подбирает критерии и анализирует результаты процесса самосовершенствования, на их основе корректирует процесс саморазвития в зависимости от меняющихся условий и потребностей.</p>
--	--

В результате изучения дисциплины студент должен продемонстрировать следующие результаты обучения:

Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
УК-6 Способен определять реализовывать приоритеты собственной деятельности способы совершенствования на основе самооценки	ИД-1 ук-6.1. Оценивает свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные), целесообразно их использует- ИД-2 ук-6.2. Определяет образовательные потребности и способы совершенствования собственной (в т.ч. профессиональной) деятельности на основе самооценки и ИД-3 опк-6.4. Выстраивает гибкую профессиональную траекторию, с учетом накопленного опыта профессиональной деятельности, динамично изменяющихся требований рынка труда и стратегии личного развития

4. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Содержание разделов

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 ч.)

Таблица 1

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	Теоретические основы имиджологии	Имиджология – отрасль современного человековедения. История развития имиджологии. Взаимосвязь с другими смежными сферами. Принципы имиджологии. Теоретические основания имиджа. Принципы и формула имиджа. Атрибутивные и денотативные ценности имиджа. Приоритетные функции имиджа (ценностные, технологические).	<ul style="list-style-type: none"> • устный опрос (УО), • домашнее задание (ДЗ), • самостоятельная работа (СР), • коллоквиум (К), • тестирование (Т).
2	Закономерности формирования и функционирования имиджа	Основные условия формирования имиджа. Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа. Роль механизмов социально-психологического влияния в процессе формирования имиджа. Коммуникационная модель формирования имиджа. Каналы передачи информации.	<ul style="list-style-type: none"> • устный опрос (УО), • домашнее задание (ДЗ), • самостоятельная работа (СР), • коллоквиум (К),

		Формирование имиджа как субъект-субъектное взаимодействие. Формирование имиджа как создание социальной реальности в сознании людей. Общественное мнение и общественное сознание.	• тестирование (Т).
3	Типологии имиджа	Типологии имиджа. Различные типы имиджа. Структура имиджа. Персональный имидж. Имидж персоны как объект управления. Габитарный имидж. Психология цвета. Вербальный имидж. Невербальный имидж.	<ul style="list-style-type: none"> • устный опрос (УО), • домашнее задание (ДЗ), • самостоятельная работа (СР), • коллоквиум (К), • рубежный контроль (РК), • тестирование (Т).
4	Особенности формирования имиджа различных объектов	Особенности политической массовой коммуникации, ее инструменты для формирования и поддержки имиджа. Имидж государства. Имидж госслужащего. Государственные мифы. Имидж территории: особенности составление образа, модели. Геобрендинг. Госслужащий как представитель государства и транслятор его имиджа. Корпоративный имидж. Компоненты фирменного стиля. Политическое лидерство. Имидж лидера. Типологии лидерства. Составляющие имиджа политика.	<ul style="list-style-type: none"> • устный опрос (УО), • домашнее задание (ДЗ), • самостоятельная работа (СР), • коллоквиум (К), • тестирование (Т).
5	Инструменты формирования имиджа	Инструменты имиджирования. Эффективная публичная презентация. Структура публичной презентации. Методы взаимодействия с аудиторией. Методы воздействия на аудиторию. Подготовка вспомогательных материалов. Самопрезентация. Деятельность имиджмейкера по подготовке объекта к презентации. Мифологические коммуникации. Имидж и миф. Мифологические роли и сюжеты. Приемы использования мифологических коммуникаций при	<ul style="list-style-type: none"> • устный опрос (УО), • домашнее задание (ДЗ), • самостоятельная работа (СР), • коллоквиум (К), • тестирование (Т).

		<p>построении имиджа. Когнитивные процессы в основе формирования имиджа. Социальные стереотипы и установки. Эффекты межличностного восприятия. Ошибки восприятия: их предупреждение и преодоление. 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.</p>	
6	Имиджевые стратегии	Имиджевые стратегии: основные подходы и виды. Методики определения эффективности имиджа. Качественные и количественные методы оценки эффективности.	<ul style="list-style-type: none"> • устный опрос (УО), • домашнее задание (ДЗ), • самостоятельная работа (СР), • коллоквиум (К), • рубежный контроль (РК), • тестирование (Т).
Вид промежуточной аттестации			экзамен

4.2 Структура дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости в часах

Таблица 2.

Вид учебной работы	Всего часов	1 семестр
Общая трудоемкость (в зачетных единицах)	4	4
Общая трудоемкость (в часах)	144	144
Контактная работа (в часах):	54	54
Лекции (Л)	18	18
Практические занятия (ПЗ)	Не предусмотрены	Не предусмотрены
Семинарские (СЗ)	36	36
Лабораторные работы (ЛР)	Не предусмотрены	Не предусмотрены
В т.ч. в интерактивной форме	24	24
Самостоятельная работа (в часах)	81	81

Курсовой проект (работа)	Не предусмотрено	Не предусмотрено
Расчетно-графические работы	Не предусмотрено	Не предусмотрено
Реферат (Р)	10	10
Эссе (Э)	7	7
Контрольная работа (К)	Не предусмотрено	Не предусмотрено
Самостоятельное изучение разделов	26	26
Самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам, рубежному контролю и т.д.)	20	20
Подготовка и сдача экзамена	27	27
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	Экзамен	Экзамен

4.3 Лекционные занятия

Таблица 3.

№	Тема
1 семестр	
1	Имиджелогия – отрасль современного человековедения.
2	Теоретические основания имиджа.
3	Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа.
4	Коммуникационная модель формирования имиджа.
5	Формирование имиджа как субъект-субъектное взаимодействие.
6	Типологии имиджа. Персональный имидж.
7	Габитарный имидж.
8	Вербальный имидж.
9	Невербальный имидж.
2 семестр	
10	Особенности формирования имиджа различных объектов
11	Имидж политика. Имидж власти. Имидж лидера.
12	Имидж территории: особенности составление образа, модели.
13	Корпоративный имидж.
14	Инструменты имиджирования.
15	Мифологические коммуникации. Имидж и миф.

№	Тема
1 семестр	
16	Позиционирование. Манипулирование. Вербализация.
17	Имиджевые стратегии: подходы, виды.

4.4 Практические занятия

№ Занятия	Тема
1 семестр	
1	Имиджелогия – отрасль современного человековедения.
2	Теоретические основания имиджа.
3	Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа.
4	Коммуникационная модель формирования имиджа.
5	Формирование имиджа как субъект-субъектное взаимодействие.
6	Типологии имиджа. Персональный имидж.
7	Габитарный имидж.
8	Вербальный имидж.
9	Невербальный имидж.
2 семестр	
10	Особенности формирования имиджа различных объектов
11	Имидж государства. Госслужащий как представитель государства и транслятор его имиджа.
12	Имидж политика. Составляющие имиджа политика.
13	Имидж лидера. Типологии лидерства.
14	Имидж территории: особенности составление образа, модели.
15	Геобрендинг
16	Корпоративный имидж. Компоненты фирменного стиля.
17	Инструменты имиджирования.
18	Эффективная публичная презентация.
19	Самопрезентация.
20	Эффекты межличностного восприятия. Ошибки восприятия: их предупреждение и преодоление.
21	Мифологические коммуникации. Имидж и миф.
22	Эмоционализация. Архаизация.

№ Занятия	Тема
1 семестр	
23	Акцентирование информации. Формат. Детализация. Дистанцирование. Визуализация.
24	Позиционирование. Манипулирование. Вербализация.
25	Технологии нейролингвистического программирования.
26	Имиджевые стратегии: подходы, виды.

4.5 Лабораторные работы

Таблица 5.

№ п/п	Наименование лабораторных работ
	<i>не предусмотрены</i>

4.6 Самостоятельное изучение разделов дисциплины

Таблица 6.

№ Раздела	Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение
1	Имидж как историко-культурный феномен
2	История возникновения и развития технологий по созданию имиджа
3	Индивидуальный профессиональный имидж
4	Проблемы формирования имиджа России и репутации ее предприятий
5	Имидж и миф
6	Понятие социально-психологического влияния
7	Деятельность имиджмейкера по подготовке объекта к презентации
8	Когнитивные процессы и процесс формирования имиджа.
9	Механизмы влияния в процессе формирования имиджа.
10	Имидж и престиж в сфере организации работы с молодежью

5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО И РУБЕЖНОГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Конечными результатами освоения программы дисциплины являются сформированные когнитивные дескрипторы «знать», «уметь», «владеть», расписанные по

отдельным компетенциям. Формирование этих дескрипторов происходит в течение всего семестра по этапам в рамках различного вида занятий и самостоятельной работы.

В ходе изучения дисциплины предусматриваются текущий, рубежный контроль и промежуточная аттестация.

5.1. Оценочные материалы для текущего контроля

Цель текущего контроля – оценка результатов работы в семестре и обеспечение своевременной обратной связи, для коррекции обучения, активизации самостоятельной работы обучающегося. Объектом текущего контроля являются конкретизированные результаты обучения (учебные достижения) по дисциплине

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины «Формирование имиджевой стратегии и инструменты имиджелогии» и включает: ответы на теоретические вопросы на практическом занятии, выполнение заданий на практическом занятии, самостоятельное выполнение индивидуальных домашних заданий с отчетом (защитой) в установленный срок, написание докладов, рефератов, дискуссии.

Оценка качества подготовки на основании выполненных заданий ведется преподавателем (с обсуждением результатов), баллы начисляются в зависимости от сложности задания.

Примеры заданий

Практическое задание №1.

1. Проанализируйте подходы к определению понятия «имидж»?
2. Какие новые направления профессиональной деятельности появились в связи с популяризацией знаний по имиджелогии?
4. Приведите примеры из практики, какое значение имеет владение техниками имиджелогии для современного человека?

Практическое задание №2.

Раскройте технологические этапы имиджа организации на конкретном примере. (Характеристика этапов формирования имиджа: изучение объекта, оценка аудитории, коррекция характеристик объекта, символизация, позиционирование, презентация имиджа. Выявление имиджевых качеств объекта. Обеспечение постоянства имиджа. Использование методов активного социально-психологического обучения в формировании имиджа. Оптимизация общения с клиентом).

Проанализируйте цели, задачи, методы и предполагаемые результаты каждого этапа.

Практическое задание №3.

Разработайте проект:

Личностный имидж:

- а) руководителя организации (по выбору);
- б) сотрудника организации (по выбору).

Практическое занятие № 4.

Что такое имидж с точки зрения социальной психологии?

Охарактеризуйте понятия: «образ», «репутация», «авторитет».

Равнозначны ли понятия «имиджелогия» и «психология формирования имиджа».

Что такое имиджелогия? Чем она отличается от психологии имиджа?

Что такое имидж с точки зрения имиджелогии?

Я – концепция и имидж – охарактеризуйте понятия.
Что такое феномен предрасположенности в пользу собственного Я?
Что такое самопрезентация?
Объясните понятие: «периферический ключевой стимул»?
Чем обусловлена множественность имиджей?
Перечислите прикладные направления исследования имиджа.
Приведите примеры исследований.
Опишите функции личного (персонального) имиджа?
Дайте определение групповому имиджу.

Критерии формирования оценок (оценивания) устного опроса

Устный опрос является одним из основных способов учёта знаний обучающегося по дисциплине «Формирование имиджевой стратегии и инструменты имиджелогии». Развёрнутый ответ студента должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на заданную тему, показывать его умение применять определения.

В результате устного опроса знания, обучающегося оцениваются по следующей шкале:

3 балла ставится, если обучающийся:

- 1) полно излагает изученный материал;
- 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике;
- 3) излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.

2 балла ставится, если обучающийся даёт ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для балла «1», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1-2 недочёта в последовательности и языковом оформлении излагаемого.

1 балл ставится, если обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но:

- 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий;
- 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры;
- 3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.

0 баллов ставится, если обучающийся обнаруживает незнание большей части соответствующего раздела изучаемого материала, допускает ошибки в формулировке.

Оценочные материалы для выполнения рефератов

Примерные темы рефератов по дисциплине «Формирование имиджевой стратегии и инструменты имиджелогии»

1. Компоненты имиджа личности.
2. Основные условия формирования имиджа.
3. Приоритетные функции имиджа.

4. Роль средств массовой информации в формировании социальной реальности.
5. Виды имиджирующей информации.
6. Этапы формирования имиджа.
7. Имиджмейкинг и имиджбилдинг.
8. Проблемы практической реализации имидж-модели.
9. Анализ имиджа конкретного исторического лица (власть, политика, искусство).
10. Проблемы формирования и поддержания персонального имиджа в бизнес-среде.
11. Визуальное, вербальное, событийное, контекстное измерения имиджа.
12. Образ российского бизнеса: пути становления и проблемы.
13. Роль аудитории в управлении имиджем.
14. Социокультурные составляющие имиджа современного российского города (архитектура, история, символика, реклама, организация пространства, экология и т.п.).

Методические рекомендации по написанию реферата

Реферат – продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Изложенное понимание реферата как целостного авторского текста определяет критерии его оценки: новизна текста; обоснованность выбора источника; степень раскрытия сущности вопроса; соблюдения требований к оформлению.

Требования к реферату: Общий объем реферата 20 листов (шрифт 14 TimesNewRoman, 1,5 интервал). Поля: верхнее, нижнее, правое, левое – 20 мм. Абзацный отступ – 1,25. Таблицы выполнять табличными ячейками MicrosoftWord. Сканирование рисунков и таблиц не допускается. Выравнивание текста (по ширине страницы) необходимо выполнять только стандартными способами, а не с помощью пробелов. Размер текста в рисунках и таблицах – 12 кегль.

Обязательно наличие: содержания (структура работы с указанием разделов и их начальных номеров страниц), введения (актуальность темы, цель, задачи), основных разделов реферата, заключения (в кратком, резюмированном виде основные положения работы), списка литературы с указанием конкретных источников, включая ссылки на Интернет-ресурсы.

В тексте ссылка на источник делается путем указания (в квадратных скобках) порядкового номера цитируемой литературы и через запятую – цитируемых страниц. Уровень оригинальности текста – 70%

Критерии оценки реферата:

«отлично» (4 балла) ставится, если выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объем, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы. Обучающийся проявил инициативу, творческий подход, способность к выполнению сложных заданий, организационные способности. Отмечается

способность к публичной коммуникации. Документация представлена в срок. Полностью оформлена в соответствии с требованиями

«хорошо» (3 балла) – выполнены основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы. Обучающийся достаточно полно, но без инициативы и творческих находок выполнил возложенные на него задачи. Документация представлена достаточно полно и в срок, но с некоторыми недоработками

«удовлетворительно» (2 балла) – имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности, тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод. Обучающийся выполнил большую часть возложенной на него работы. Допущены существенные отступления. Документация сдана со значительным опозданием (более недели). Отсутствуют отдельные фрагменты.

«неудовлетворительно» (менее 2 баллов) – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы. Обучающийся не выполнил свои задачи или выполнил лишь отдельные несущественные поручения. Документация не сдана.

Оценочные материалы для выполнения эссе по дисциплине «Формирование имиджевой стратегии и инструменты имиджологии»

Эссе представляет собой доклад на определенную тему, включающий обзор соответствующих литературных и других источников или краткое изложение книги, статьи, исследования, а также доклад с таким изложением.

Написание и защита эссе на аудиторном занятии используется в дисциплине «Формирование имиджевой стратегии и инструменты имиджологии» в целях приобретения обучающимся необходимой профессиональной подготовки, развития умения и навыков самостоятельного научного поиска: изучения литературы по выбранной теме, анализа различных источников и точек зрения, обобщения материала, выделения главного, формулирования выводов и т. п.

С помощью эссе обучающийся глубже постигает наиболее сложные проблемы данной дисциплины, учится лаконично излагать свои мысли, правильно оформлять работу, докладывать результаты своего труда.

Примерные темы эссе:

1. Имидж идеального специалиста по организации работы с молодежью.
2. Имидж одноклассника.
3. Собственный габитарный имидж.
4. Имидж и маска.
5. Имидж-эффект.
6. Этика имиджмейкера.
7. Имидж г. Нальчик.
8. Имидж КБГУ.

Требования к эссе:

Подготовка и публичная защита эссе способствует формированию речевой культуры у будущего магистра, закреплению его знаний, развитию умения самостоятельно анализировать многообразные общественно-политические явления истории и современности, вести научную полемику.

Введение эссе необходимо для обоснования актуальности темы и предполагаемого метода рассуждения. Основная часть эссе содержит рассуждения по теме, то есть раскрытие темы, ответ на поставленные вопросы, аргументы, примеры и так далее. Все существенное содержание работы должно быть изложено в основной части. Заключение эссе должно содержать выводы и рекомендации по выбранной теме исследования. Эссе должно отвечать требованиям читабельности, последовательности и логичности.

Общий объём эссе 5-7 листов (шрифт 14 TimesNewRoman, 1,5 интервал). Поля: верхнее, нижнее, правое, левое – 20 мм. Абзацный отступ – 1,25; Рисунки должны создаваться в циклических редакторах или как рисунок MicrosoftWord (сгруппированный). Таблицы выполнять табличными ячейками MicrosoftWord. Сканирование рисунков и таблиц не допускается. Выравнивание текста (по ширине страницы) необходимо выполнять только стандартными способами, а не с помощью пробелов. Размер текста в рисунках и таблицах – 12 кегль.

Уровень оригинальности текста – 70%.

Критерии оценки эссе

- 5 баллов ставится, если обучающийся проявил инициативу, творческий подход, способность к публичной коммуникации;
- 4 балла – обучающийся достаточно полно, но без творческих находок выполнил возложенные на него задачи;
- 3 балла – обучающийся выполнил большую часть возложенной на него работы;
- менее 3 баллов – обучающийся выполнил лишь отдельные несущественные поручения;
- 0 баллов – задание не выполнено.

5.2 Оценочные материалы для рубежного контроля.

Рубежный контроль осуществляется по более или менее самостоятельным разделам – учебным модулям курса и проводится по окончании изучения материала модуля в заранее установленное время. Рубежный контроль проводится с целью определения качества усвоения материала учебного модуля в целом. В течение семестра проводится три таких контрольных мероприятия по графику.

В качестве форм рубежного контроля можно использовать тестирование (письменное или компьютерное), проведение коллоквиума или контрольных работ. Выполняемые работы должны храниться на кафедре в течение учебного года и по требованию предоставляться в Управление контроля качества. На рубежные контрольные мероприятия рекомендуется выносить весь программный материал (все разделы) по дисциплине.

Образцы тестовых заданий

1. Имидж – это:

- : результат PR-деятельности;
 - : процесс PR-деятельности;
 - +: и результат, и процесс;
 - : вторичный результат формирования материальных активов фирмы.
2. Самопрезентация – это умение сконцентрировать внимание окружающих на:
- : демонстрации вашей учености и образованности;
 - +: ваших несомненных достоинствах и увести внимание партнеров от ваших недостатков;
 - : демонстрации окружающим вашего несомненного превосходства над ними.
3. Правило 90\90 в эффекте первого впечатления означает, что:
- : в первые 90 секунд общения необходимо смотреть на собеседника большую часть времени (т.е. 90% из 100%);
 - +: 90% информации о Вас определяется в первые 90 секунд общения;
 - : в первые 90 секунд общения необходимо слушать своего собеседника не менее 90% от всего времени разговора.
4. Проявление жеста закрытости обычно является:
- +: скрещивание рук на груди;
 - : неполная посадка на стуле;
 - : рука, поддерживающая подбородок.
5. Классическим жестом уверенности является:
- : скрещивание рук на груди;
 - : прикрытие обеими руками рта;
 - +: соединение пальцев обеих рук.
6. Эмпатическое слушание – это:
- : слушание- перефразирование;
 - : слушание-уточнение;
 - +: слушание-переживание.
7. Излишняя категоричность в высказываниях обычно:
- : приводит к взаимопониманию;
 - : позволяет убедить собеседника;
 - +: провоцирует отторжение партнера.
8. Элемент, не влияющий на возникновение психологического барьера во время коммуникации:
- : антипатия партнёров друг к другу;
 - : проявление негативных черт характера (вспыльчивости, злости, высокомерия и пр.);
 - : неадекватная реакция на информацию или действия партнёра;
 - +: ограниченный лексикон;
 - : некоммуникативные, некорректные мимика и жесты.

5.3. Оценочные материалы для промежуточной аттестации.

Целью промежуточных аттестаций по дисциплине является оценка качества освоения дисциплины обучающимися.

Промежуточная аттестация предназначена для объективного подтверждения и оценивания достигнутых результатов обучения после завершения изучения дисциплины. Осуществляется в конце семестра и представляет собой итоговую оценку знаний по дисциплине «Формирование имиджевой стратегии и инструменты имиджелогии» в виде проведения зачета в 1-ом семестре и экзамена – во 2-ом семестре.

Промежуточная аттестация может проводиться в устной, письменной форме, и в форме тестирования. На промежуточную аттестацию отводится до 30 баллов.

Фонд контрольных вопросов для промежуточного контроля

Экзаменационные вопросы

1 семестр, экзамен

1. Имидж: определение понятия. Теоретические аспекты формирования имиджа.
2. Имиджелогия в системе научного знания. Имиджелогия - отрасль современногочеловековедения.
3. Типология имиджа, его виды.
4. История возникновения и развития технологий по созданию имиджа.
5. Технологии управления имиджем. Инструментарий имиджелогии.
6. Методы рекламы и ПР в технологиях построения имиджа.
7. Принципы имиджелогии.
8. Приоритетные функции имиджа (ценностные, технологические).
9. Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа.
10. Механизмы влияния в процессе формирования имиджа. Понятие социально-психологического влияния. Убеждение. Внушение.
11. Структура и типология имиджа. Когнитивный, аффективный и поведенческий компоненты имиджа.
12. Критерии эффективности имиджа.
13. "Четырехтактная" модель имиджевой кампании
14. Позиционирование объекта в процессе формирования имиджа
15. Манипуляция как способ коммуникативного воздействия имиджа
16. Мифологизация и эмоционализация объекта
17. Инструментарий имиджелогии: формат
18. Инструментарий имиджелогии: вербализация
19. Инструментарий имиджелогии: детализация
20. Акцентуация информации в имидже
21. Инструментарий имиджелогии: архаизация
22. Инструментарий имиджелогии: замена целей
23. Инструментарий имиджелогии: подача противоречивых сигналов

24. Метафоризации, визуализации и дистанцирования в инструментарии имиджологии
25. Инструментарий имиджологии: опрос общественного мнения
26. Инструментарий имиджологии: нейролингвистическое программирование
27. Инструментарий имиджологии: внедрение моделей восприятия
28. Инструментарий имиджологии: контекстное введение знаков
29. Стратегии снижения имиджа конкурента. Деструктивные технологии
30. Стратегии восстановления имиджа

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Максимальная сумма (100 баллов), набираемая студентом по дисциплине включает две составляющие:

– *первая составляющая* – оценка регулярности, своевременности и качества выполнения студентом учебной работы по изучению дисциплины в течение периода изучения дисциплины (семестра, или нескольких семестров) (сумма – не более 70 баллов). Баллы, характеризующие успеваемость студента по дисциплине, набираются им в течение всего периода обучения за изучение отдельных тем и выполнение отдельных видов работ.

– *вторая составляющая* – оценка знаний студента по результатам промежуточной аттестации (не более 30 – баллов).

Критерием оценки уровня форсированности компетенций в рамках учебной дисциплины «Формирование имиджевой стратегии и инструменты имиджологии» является в зачет в 5-ом и экзамен в 6-ом семестрах.

Целью промежуточных аттестаций по дисциплине является оценка качества освоения дисциплины обучающимися.

Критерии оценки качества освоения дисциплины

Таблица 7.

Сумма баллов	Оценка	Критерий
91-100	<i>отлично</i>	Теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые навыки работы сформированы. Все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному. На экзамене студент демонстрирует глубокие знания предусмотренного программой материала, умеет четко, лаконично и логически последовательно отвечать на поставленные вопросы.

81-90	<i>хорошо</i>	Содержание курса освоено, необходимые навыки работы сформированы, выполненные учебные задания содержат незначительные ошибки. На экзамене студент демонстрирует твердое знание материала, умеет четко, грамотно, без существенных неточностей отвечать на поставленные вопросы.
61-80	<i>удовлетворительно</i>	Содержание курса освоено не полностью, необходимые навыки работы сформированы частично, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки. На экзамене студент демонстрирует знание только основного материала, ответы содержат неточности, слабо аргументированы, нарушена последовательность изложения материала
36-60	<i>неудовлетворительно</i>	Содержание курса не освоено, необходимые навыки работы не сформированы, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к существенному повышению качества выполнения учебных заданий. На экзамене студент демонстрирует незнание значительной части программного материала, существенные ошибки в ответах на вопросы, неумение ориентироваться в материале, незнание основных понятий дисциплины.

Результаты освоения учебной дисциплины, подлежащие проверке

Таблица 8.

<i>Результаты обучения (компетенции)</i>	<i>Основные индикаторы оценки результатов обучения</i>	<i>Вид оценочного материала, обеспечивающий формирование компетенций</i>
УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	ИД-1 ук-6.1. Оценивает свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные), целесообразно их использует-	-устный опрос; - тестирование; - коллоквиум; – экзамен
	ИД-2 ук-6.2. Определяет образовательные потребности и способы совершенствования собственной (в т.ч. профессиональной) деятельности на основе самооценки	
	ИД-3 опк-6.4. Выстраивает гибкую профессиональную траекторию, с учетом накопленного опыта профессиональной	

	деятельности, динамично изменяющихся требований рынка труда и стратегии личного развития	
--	---	--

Таким образом, выполнение типовых заданий, представленных в разделе 5 «Оценочные материалы для текущего и рубежного контроля успеваемости и промежуточной аттестации» позволит обеспечить формирование у обучающихся требуемой компетенции.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1 Основная литература

1. Забурдаева Е.В. Политическая кампания. Стратегии и технологии [Электронный ресурс]: учебник/ Забурдаева Е.В.- Электрон. текстовые данные.- М.: Аспект Пресс, 2012.- 343 с.- Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8969.html>.- ЭБС «IPRbooks»
2. Ушакова Н.В. Имиджелогия (3-е издание) [Электронный ресурс]: учебное пособие для бакалавров/ Ушакова Н.В., Стрижова А.Ф.- Электрон. текстовые данные.- М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017.- 264 с.- Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57073.html>.- ЭБС «IPRbooks»

7.2 Дополнительная литература

1. Киселёв А.Г. Теория и практика массовой информации. Общество-СМИ-власть [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью»/ Киселёв А.Г.- Электрон. текстовые данные.- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.- 431 с.- Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52573.html>.- ЭБС «IPRbooks»
2. Социология управления: Учебное пособие /Под ред. С.И. Самыгина.-Ростов-на Дону: Феникс,2016.-190с. (25 экз.)
3. Цуладзе А. М. Формирование имиджевой политики в России. М., 2003. (1экз., АУЛ)
4. Язык средств массовой информации [Электронный ресурс]: учебное пособие для вузов/ О.В. Александрова [и др.].- Электрон. текстовые данные.- М.: Академический Проект, Альма Матер, 2015.- 760 с.- Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/36864.html>.- ЭБС «IPRbooks»

7.3 Интернет-ресурсы

1. Библиотека КБГУ: <http://lib.kbsu.ru/>
2. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ): <http://wciom.ru/>
3. Национальная служба мониторинга www.monitornews.ru
4. Левада-центр <http://www.levada.ru/>
5. Российская Государственная библиотека. Электронный каталог <http://www.rsl.ru/index.php?f=97>

6. Российская национальная библиотека. Электронный каталог <http://www.nlr.ru:8101/poisk/#z39>
7. Центр социального прогнозирования и маркетинга <http://www.socioprognoz.ru>
8. Евразийский монитор <http://www.eurasiamonitor.org>
9. ОИРОМ: объединение исследователей рынка и общественного мнения <http://www.oiom.ru/>
10. Институт общественного проектирования (занимается комплексными политическими, социологическими и экономическими исследованиями, лекционной и организационной работой, а также издательской деятельностью) <http://www.inop.ru/>
11. Российская Ассоциация по связям с общественностью (РАСО) <http://www.raso.ru/>
12. Федеральное агентство по делам молодежи (Росмолодежь) <http://www.fadm.gov.ru/>
13. Школа рекламиста (исследования, книги, статьи о рекламе, маркетинге, PR и дизайне) <http://www.advschool.ru/>
14. Российская государственная библиотека <http://www.rsl.ru/>
15. Электронная библиотечная система - <http://www.iprbookshop.ru/366.html>
16. Электронный каталог российских диссертаций: <http://www.dissert.ru/index.html>

7.4 Методические указания по проведению учебных занятий

Учебная работа по дисциплине «Формирование имиджевой стратегии и инструменты имиджелогии» состоит из контактной работы (лекции, практические занятия) и самостоятельной работы. Доля контактной учебной работы в общем объеме времени, отведенном для изучения дисциплины, составляет 37,5% (в том числе лекционных занятий – 12,5%, практических занятий – 25,0%), доля самостоятельной работы – 56,3 %. Соотношение лекционных и практических занятий к общему количеству часов соответствует учебному плану направления подготовки 39.04.03 – Организация работы с молодежью, магистерская программа «Организация работы с молодежью в сфере управления и социальных коммуникаций».

Методические рекомендации по изучению дисциплины «Формирование имиджевой стратегии и инструменты имиджелогии»

Приступая к изучению дисциплины, обучающемуся необходимо ознакомиться с тематическим планом занятий, списком рекомендованной учебной литературы. Следует уяснить последовательность выполнения индивидуальных учебных заданий, занести в свою рабочую тетрадь темы и сроки проведения практических занятий, написания учебных и творческих работ. При изучении дисциплины, обучающиеся выполняют следующие задания: изучают рекомендованную учебную и научную литературу; тщательно изучают источники, готовят сообщения к практическим занятиям; выполняют самостоятельные научно-исследовательские работы, участвуют в выполнении практических творческих заданий. Уровень и глубина усвоения дисциплины зависят от активной и систематической работы на лекциях, изучения рекомендованной литературы, выполнения контрольных письменных заданий.

Курс изучается на лекциях, практических занятиях, при самостоятельной и индивидуальной работе студента. Обучающийся для полного освоения материала должен не пропускать занятия и активно участвовать в учебном процессе. Лекции включают все темы и основные вопросы теории и практики. Для максимальной эффективности изучения необходимо постоянно вести конспект лекций, знать рекомендуемую преподавателем литературу, позволяющую дополнить знания и лучше подготовиться к практическим занятиям.

В соответствии с учебным планом на каждую тему выделено необходимое количество часов практических занятий, которые проводятся в соответствии с вопросами, рекомендованными к изучению по определенным темам. Студенты должны регулярно готовиться к семинарским занятиям и участвовать в обсуждении вопросов. При подготовке к занятиям следует руководствоваться конспектом лекций и рекомендованными источниками и литературой. Тематический план дисциплины, учебно-методические материалы, а также список рекомендованных источников и литературы приведены в рабочей программе.

Методические рекомендации при работе над конспектом во время проведения лекции

Перед началом курса лекций в процессе обсуждения основных организационных моментов с преподавателем - лектором целесообразно уточнить, как именно будет излагаться материал – под запись полностью, в форме свободного диалога, не запрещающей вопросов в течение лекции, тематическими блоками с последующей диктовкой наиболее важных пунктов или др. Разумно также спросить совета лектора по поводу наиболее эффективной формы составления конспекта его лекций, а также о его требованиях – возможно, в конце лекционного курса лектор сочтет необходимым просмотреть конспекты, чтобы оценить качество работы студента на лекциях и при самостоятельном изучении учебной и научной литературы.

Существует множество вариантов проведения лекций. Наиболее удобными для освоения студентами дисциплины «Формирование имиджевой стратегии и инструменты имиджелогии» являются:

Лекция - визуализация представляет собой устную информацию, преобразованную в визуальную форму. Ее подготовка состоит в реконструировании содержания всей лекции или части в демонстрационные материалы либо формы наглядности, которые не только дополняют словесную информацию, но и сами выступают носителями содержательной информации. Чтение такой лекции сводится к развернутому комментированию подготовленных визуальных материалов. *Конспектирование* такой лекции предполагает схематичное изображение ее содержания. Условно существуют три варианта конспектирования. Первый – выделение времени во время лекции на перерисовывание необходимых наглядных изображений. Второй - классический вариант плюс раздаточный материал с графиками, схемами, таблицами, подготовленный преподавателем. Третий – раздача наглядных изображений в электронной форме всем студентам для последующей самостоятельной распечатки или изучения с использованием компьютера.

На проблемной лекции задача преподавателя, создав проблемную ситуацию, побудить обучающихся к поискам решения проблемы, шаг за шагом подводя их к

искомой цели. Поэтому новый теоретический материал представляется в форме проблемной задачи. В ее условиях имеются противоречия, которые нужно обнаружить и разрешить. В ходе этого процесса в сотрудничестве с преподавателем приобретаются новые знания. Таким образом, процесс познания слушателей при данной форме изложения информации приближается к поисковой, исследовательской деятельности. *Конспектирование* такой лекции предполагает предельное внимание студентов - записывать следует только верные положения, иначе в будущем разобраться в логике конспекта будет невозможно.

Лекция - беседа, или «диалог с аудиторией», является наиболее распространенной и сравнительно простой формой активного вовлечения студентов в учебный процесс. Эта лекция предполагает непосредственный контакт преподавателя с аудиторией. Преимущество лекции-беседы состоит в том, что она позволяет привлекать внимание студентов к наиболее важным вопросам темы, определять содержание и темп изложения учебного материала с учетом особенностей студентов. Одной из разновидностей лекции-беседы является лекция - псевдиалог, в ходе которой преподаватель ставит вопросы и сам же на них отвечает. Такие вопросы имитируют диалог и являются одним из средств активизации умственной деятельности по восприятию учебной информации. *Конспекты* в обоих случаях составляются по обычной схеме с учетом рекомендаций преподавателя.

В процессе лекции - дискуссии преподаватель при изложении лекционного материала не только использует ответы студентов на свои вопросы, но и организует свободный обмен мнениями в интервалах между логическими разделами. По ходу лекции-дискуссии преподаватель приводит отдельные примеры в виде ситуаций или кратко сформулированных проблем и предлагает студентам коротко их обсудить; затем краткий анализ, выводы и лекция продолжается. *Конспект* будет состоять из двух условных частей – собственно текст лекции и аналитические отступления, четко выделенные в структуре конспекта.

Эмоциональная лекция строится на утверждении, согласно которому информация, воспринятая эмоционально, запоминается надолго. В процессе лекции преподаватель формулирует собственное эмоциональное отношение к содержанию лекции. *Конспект* должен содержать базовые положения и краткую оценку. В процессе такой лекции подробности запоминаются очень хорошо и надолго.

Для конспектирования лекций используются общие и утвердившиеся в практике правила, и приемы. Конспектирование лекций ведется в специально отведенной для этого тетради, каждый лист которой должен иметь поля, на которых делаются пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Целесообразно записывать тему и план лекций, рекомендуемую литературу к теме. Записи разделов лекции должны иметь заголовки, подзаголовки, красные строки. Для выделения разделов, выводов, определений, основных идей можно использовать цветные карандаши и фломастеры. Названные в лекции ссылки на первоисточники надо пометить на полях, чтобы при самостоятельной работе найти и вписать их. В конспекте дословно

записываются определения понятий, категорий и законов. Остальное должно быть записано своими словами.

Каждому студенту необходимо выработать и использовать допустимые сокращения наиболее распространенных терминов и понятий.

Возможно использование студентами современных методов конспектирования.

Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям

Практические занятия позволяют студенту приобрести умения добывать новые учебные знания, систематизировать их, оперировать базовыми понятиями и теоретическими положениями, логично выстраивать устные и письменные тексты.

Целью практических занятий является приобретение студентами новых знаний, профессиональных умений и навыков, развитие у них исторического мышления и интеллектуальных способностей. Для подготовки к практическим занятиям следует использовать рекомендованную литературу и источники, законспектировать ответы.

При подготовке к практическим занятиям важно усвоение базовых понятий и показать, какую предметную область определяет понятие, охарактеризовать ее черты (признаки, функции и т.п.).

Для усвоения эмпирических знаний необходимо выполнять задания, связанные с построением тематических таблиц.

При решении задач на доказательство и сравнение указываются: 1) определение того, что надо доказать; 2) основные направления поиска доказательства; 3) конкретно-исторические факты доказательства.

Задачи на сравнении решаются в порядке: 1) определение того, что сравнивается; 2) параметры сравнения; 3) общее и различное между сравниваемыми феноменами.

Проведение практического занятия с элементами дискуссии является одной из действенных форм аудиторных занятий на основе индивидуально – группового подхода. Его сущность заключается в создании такого климата, при котором все студенты участвуют в накоплении теоретических и фактических знаний, дискуссии по обсуждаемым вопросам. В начале практического занятия преподаватель ориентирует студентов на решение трех основных задач.

Первая задача - организация максимального информационного сопровождения вопросов семинара и обеспечения участия каждого студента в поиске и усвоении необходимых знаний.

Вторая задача - научить студентов: активно воспринимать новую информацию и делиться ею со своими товарищами; убежденно отстаивать свои позиции; вырабатывать навыки ораторского мастерства и публичного выступления.

Третья задача - научить студентов выделять практический аспект из полученных на практическом занятии знаний, вырабатывать и принимать соответствующие решения.

Указанные задачи позволяют студентам приобрести новые знания, сверить свои ответы, участвовать в дискуссии, применить полученные знания на практике, а преподавателю - осуществить контроль за приростом знаний каждого студента, оценить их ораторские навыки и возможности применять теорию к практике и на практике.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся - способ активного, целенаправленного приобретения студентом новых для него знаний и умений без непосредственного участия в этом процесса преподавателей. Повышение роли самостоятельной работы обучающихся при проведении различных видов учебных занятий предполагает:

- оптимизацию методов обучения, внедрение в учебный процесс новых технологий обучения, повышающих производительность труда преподавателя, активное использование информационных технологий, позволяющих магистранту в удобное для него время осваивать учебный материал;
- широкое внедрение компьютеризированного тестирования;
- совершенствование методики проведения практик и научно-исследовательской работы обучающихся, поскольку именно эти виды учебной работы в первую очередь готовят обучающихся к самостоятельному выполнению профессиональных задач;
- модернизацию системы дипломного проектирования, которая должна повышать роль студента в подборе материала, поиске путей решения задач.

Самостоятельная работа приводит студента к получению нового знания, упорядочению и углублению имеющихся знаний, формированию у него профессиональных навыков и умений. Самостоятельная работа выполняет ряд функций:

- развивающую;
- информационно-обучающую;
- ориентирующую и стимулирующую;
- воспитывающую;
- исследовательскую.

В рамках курса выполняются следующие виды самостоятельной работы:

1. Проработка учебного материала (по конспектам, учебной и научной литературе);
2. Выполнение разноуровневых заданий;
3. Работа с тестами и вопросами для самопроверки;
4. Выполнение итоговой контрольной работы.

Студентам рекомендуется с самого начала освоения курса работать с литературой и предлагаемыми заданиями в форме подготовки к очередному аудиторному занятию. При этом актуализируются имеющиеся знания, а также создается база для усвоения нового материала, возникают вопросы, ответы на которые студент получает в аудитории.

Необходимо отметить, что некоторые задания для самостоятельной работы по курсу имеют определенную специфику. При освоении курса студент может пользоваться библиотекой вуза, которая в полной мере обеспечена соответствующей литературой. Самостоятельная работа студентов предусмотрена учебным планом и выполняется в обязательном порядке. Задания предложены по каждой изучаемой теме и могут готовиться индивидуально или в группе. По необходимости студент может обращаться за консультацией к преподавателю. Выполнение заданий контролируется и оценивается преподавателем.

Для успешного самостоятельного изучения материала сегодня используются различные средства обучения, среди которых особое место занимают информационные

технологии разного уровня и направленности: электронные учебники и курсы лекций, базы тестовых заданий и задач. Электронный учебник представляет собой программное средство, позволяющее представить для изучения теоретический материал, организовать апробирование, тренаж и самостоятельную творческую работу, помогающее студентам и преподавателю оценить уровень знаний в определенной тематике, а также содержащее необходимую справочную информацию. Электронный учебник может интегрировать в себе возможности различных педагогических программных средств: обучающих программ, справочников, учебных баз данных, тренажеров, контролирующих программ.

Для успешной организации самостоятельной работы все активнее применяются разнообразные образовательные ресурсы в сети Интернет: системы тестирования по различным областям, виртуальные лекции, лаборатории, при этом пользователю достаточно иметь компьютер и подключение к Интернету для того, чтобы связаться с преподавателем, получать знания. Использование сетей усиливает роль самостоятельной работы студента и позволяет кардинальным образом изменить методику преподавания.

Студент может получать все задания и методические указания через сервер, что дает ему возможность привести в соответствие личные возможности с необходимыми для выполнения работ трудозатратами. Студент имеет возможность выполнять работу дома или в аудитории. Большое воспитательное и образовательное значение в самостоятельном учебном труде студента имеет самоконтроль. Самоконтроль возбуждает и поддерживает внимание и интерес, повышает активность памяти и мышления, позволяет студенту своевременно обнаружить и устранить допущенные ошибки и недостатки, объективно определить уровень своих знаний, практических умений. Самое доступное и простое средство самоконтроля с применением информационно-коммуникационных технологий - это ряд тестов «on-line», которые позволяют в режиме реального времени определить свой уровень владения предметным материалом, выявить свои ошибки и получить рекомендации по самосовершенствованию.

Методические рекомендации по работе с литературой

Всю литературу можно разделить на учебники и учебные пособия, оригинальные научные монографические источники, научные публикации в периодической печати. Из них можно выделить литературу основную (рекомендуемую), дополнительную и литературу для углубленного изучения дисциплины.

Изучение дисциплины следует начинать с учебника, поскольку учебник – это книга, в которой изложены основы научных знаний по определенному предмету в соответствии с целями и задачами обучения, установленными программой.

При работе с литературой необходимо учитывать, что имеются различные виды чтения, и каждый из них используется на определенных этапах освоения материала.

Предварительное чтение направлено на выявление в тексте незнакомых терминов и поиск их значения в справочной литературе. В частности, при чтении указанной литературы необходимо подробнейшим образом анализировать понятия.

Сквозное чтение предполагает прочтение материала от начала до конца. Сквозное чтение литературы из приведенного списка дает возможность студенту сформировать свод основных понятий из изучаемой области и свободно владеть ими.

Выборочное – наоборот, имеет целью поиск и отбор материала. В рамках данного курса выборочное чтение, как способ освоения содержания курса, должно использоваться при подготовке к практическим занятиям по соответствующим разделам.

Аналитическое чтение – это критический разбор текста с последующим его конспектированием. Освоение указанных понятий будет наиболее эффективным в том случае, если при чтении текстов студент будет задавать к этим текстам вопросы. Часть из этих вопросов сформулирована в ФОС в перечне вопросов для собеседования. Перечень этих вопросов ограничен, поэтому важно не только содержание вопросов, но сам принцип освоения литературы с помощью вопросов к текстам.

Целью *изучающего* чтения является глубокое и всестороннее понимание учебной информации. Есть несколько приемов изучающего чтения:

1. Чтение по алгоритму предполагает разбиение информации на блоки: название; автор; источник; основная идея текста; фактический материал; анализ текста путем сопоставления имеющихся точек зрения по рассматриваемым вопросам; новизна.
2. Прием постановки вопросов к тексту имеет следующий алгоритм:
 - медленно прочитать текст, стараясь понять смысл изложенного;
 - выделить ключевые слова в тексте;
 - постараться понять основные идеи, подтекст и общий замысел автора.
3. Прием тезирования заключается в формулировании тезисов в виде положений, утверждений, выводов.

К этому можно добавить и иные приемы: прием реферирования, прием комментирования.

Важной составляющей любого солидного научного издания является список литературы, на которую ссылается автор. При возникновении интереса к какой-то обсуждаемой в тексте проблеме всегда есть возможность обратиться к списку относящейся к ней литературы. В этом случае вся проблема как бы разбивается на составляющие части, каждая из которых может изучаться отдельно от других. При этом важно не терять из вида общий контекст и не погружаться чрезмерно в детали, потому что таким образом можно не увидеть главного.

Подготовка к зачету и экзамену должна проводиться на основе лекционного материала, материала практических занятий с обязательным обращением к основным учебникам по курсу. Это позволит исключить ошибки в понимании материала, облегчит его осмысление, прокомментирует материал многочисленными примерами.

Методические рекомендации для подготовки к экзамену

Экзамен является формой итогового контроля знаний и умений, студентов по данной дисциплине, полученных на лекциях, практических занятиях и в процессе

самостоятельной работы. Основой для определения оценки служит уровень усвоения обучающимися материала, предусмотренного данной рабочей программой. К экзамену допускаются студенты, набравшие 36 и более баллов по итогам текущего и промежуточного контроля.

В период подготовки к экзамену студенты вновь обращаются к учебно-методическому материалу и закрепляют промежуточные знания.

Подготовка к экзамену включает три этапа:

- самостоятельная работа в течение семестра;
- непосредственная подготовка в дни, предшествующие экзамену по темам курса;
- подготовка к ответу на вопросы экзамена.

При подготовке к экзамену студентам целесообразно использовать материалы лекций, учебно-методические комплексы, источники, основную и дополнительную литературу.

На экзамен выносится материал в объеме, предусмотренном рабочей программой учебной дисциплины за два семестра. Экзамен проводится в письменной / устной форме.

При проведении письменного экзамена на работу отводится 60 минут.

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Минимально необходимый для реализации ОПОП перечень материально-технического обеспечения включает в себя: лекционные аудитории (оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном и имеющие выход в сеть Интернет), помещения для проведения практических занятий (оборудованные учебной мебелью), компьютерные классы и др.

По дисциплине «Формирование имиджевой стратегии и инструменты имиджелогии» имеются презентации по отдельным темам курса, позволяющая наиболее эффективно освоить представленный учебный материал/

При проведении занятий лекционного типа, семинарских занятий используются:
лицензионное программное обеспечение:

- Продукты Microsoft (Desktop EducationALNG LicSaPk OLVS Academic Edition Enterprise) подписка (Open Value Subscription);
- Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security Стандартный Russian Edition;

свободно распространяемые программы:

- WinZip для Windows - программ для сжатия и распаковки файлов;
- Adobe Reader для Windows – программа для чтения PDF файлов;
- Far Manager - консольный файловый менеджер для операционных систем семейства Microsoft Windows.

Для студентов с ограниченными возможностями здоровья созданы специальные условия для получения образования. В целях доступности получения высшего образования по образовательным программам инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья университетом обеспечивается:

1. Альтернативной версией официального сайта в сети «Интернет» для слабовидящих;

2. Присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;
3. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху – дублирование вслух справочной информации о расписании учебных занятий; обеспечение надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;
4. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, созданы материально-технические условия, обеспечивающие возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, объекты питания, туалетные и другие помещения университета, а также пребывания в указанных помещениях (наличие расширенных дверных проемов, поручней и других приспособлений).

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ (ДОПОЛНЕНИЙ)
 в рабочую программу по дисциплине «Формирование имиджевой стратегии и инструменты
 имиджелогии» по направлению подготовки 39.04.03 Организация работы с молодежью;
 магистерская программа «Организация работы с молодежью в сфере управления и
 социальных коммуникаций»

на _____ учебный год

№п/п	Элемент (пункт) РПД	Перечень вносимых изменений (дополнений)	Примечание

Обсуждена и рекомендована на заседании кафедры организации работы с молодежью
 протокол № ____ от " ____ " _____ 20__ г.

Заведующий кафедрой _____ / _____ /