

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Косенок Сергей Михайлович
Должность: ректор
Дата подписания: 02.07.2025 08:56:50
Уникальный программный ключ:
e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

Бюджетное учреждение высшего образования
Ханты-Мансийского автономного округа-Югры
"Сургутский государственный университет"

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УМР

_____ Е.В. Коновалова

11 июня 2025г., протокол УМС №5

Имиджелогия

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Психологии
Учебный план	g380402-МенВобр-25-2.plx 38.04.02 Менеджмент Направленность (профиль): Менеджмент в образовании
Квалификация	магистр
Форма обучения	очная
Общая трудоемкость	4 ЗЕТ
Часов по учебному плану	144
в том числе:	
аудиторные занятия	24
самостоятельная работа	120

Виды контроля в семестрах:
зачеты 3

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	3 (2.1)		Итого	
Неделя	17 2/6			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	8	8	8	8
Практические	16	16	16	16
Итого ауд.	24	24	24	24
Контактная работа	24	24	24	24
Сам. работа	120	120	120	120
Итого	144	144	144	144

Программу составил(и):

к.психол.н., Доцент, Плеханова Н.П.

Рабочая программа дисциплины

Имиджелогия

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 952)

составлена на основании учебного плана:

38.04.02 Менеджмент

Направленность (профиль): Менеджмент в образовании

утвержденного учебно-методическим советом вуза от 11.06.2025 протокол № 5.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Психологии

Зав. кафедрой к.филос. н., доцент Родермель Т.А.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	сформировать представления об теоретических и практических основах имиджелогии, психологических механизмах формирования профессионального имиджа и имиджа образовательной организации, знания и навыки использования на практике принципов, стратегий, технологий формирования профессионального имиджа и его оценки в соответствии с требованиями организации
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ДВ.03
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Лидерство и командная работа при разработке и реализации проектов
2.1.2	Самоорганизация и саморазвитие
2.1.3	Теория организации и организационное поведение
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Производственная практика, научно-исследовательская работа
2.2.2	Управление персоналом в образовании
2.2.3	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-3.1:	Определяет потребность организации в ресурсах, организационную структуру и распределение полномочий между работниками
----------------	--

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	основные подходы в трактовки имиджа, генезис, структуру, функции, стратегии и технологии целенаправленного формирования персонального, профессионального имиджа, имиджа компании;
3.1.2	основные технологии, этапы подготовки, структуру, средства и приемы эффективной самопрезентации с помощью различных внешних символических средств имиджа;
3.1.3	технологии психологического воздействия имиджа на личности индивида и на организацию взаимодействия в коллективе
3.2	Уметь:
3.2.1	разрабатывать конкретные модели профессионального имиджа и использовать их в профессиональной практике;
3.2.2	анализировать проблемы профессиональной самопрезентации, планировать пути их преодоления;
3.2.3	применять в практике психологические средства формирования имиджа и профессиональной самопрезентации;
3.2.4	выделять и учитывать социально-психологические особенности аудитории имиджа, требования организации при построении профессионального имиджа, имиджа группы и компании

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Примечание
	Раздел 1. Предмет, цели и основные понятия имиджелогии					
1.1	Теоретические основы имиджелогии: предмет, цели и основные понятия. /Лек/	3	2	ПК-3.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	

1.2	Предмет, цели и основные понятия имиджологии /Пр/	3	2	ПК-3.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
1.3	Предмет, цели и основные понятия имиджологии /Ср/	3	20	ПК-3.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
Раздел 2. Профессиональный имидж						
2.1	Теоретические аспекты профессионального имиджа. /Лек/	3	4	ПК-3.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
2.2	Профессиональный имидж. Профессиональная самопрезентация. /Пр/	3	10	ПК-3.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
2.3	Профессиональный имидж /Ср/	3	60	ПК-3.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
Раздел 3. Формирование имиджа компании. Имидж образовательной организации						
3.1	Формирование и продвижение имиджа компании. Имидж образовательной организации. /Лек/	3	2	ПК-3.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
3.2	Формирование и продвижение имиджа компании. Имидж образовательной организации. /Пр/	3	4	ПК-3.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
3.3	Формирование и продвижение имиджа компании. Имидж образовательной организации. /Ср/	3	40	ПК-3.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
3.4	/Контр.раб./	3	0	ПК-3.1	Л1.1Л2.1Л3.1	
3.5	/Зачёт/	3	0	ПК-3.1	Л1.1Л2.1Л3.1	Задание на зачет

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА	
5.1. Оценочные материалы для текущего контроля и промежуточной аттестации	
Представлены отдельным документом	
5.2. Оценочные материалы для диагностического тестирования	
Представлены отдельным документом	

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)				
6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Чуланова О. Л.	Имиджелогия: учебно-методическое пособие	Сургут: Издательство СурГУ, 2007	91
Л1.2	Беленко В. Е., Беленко М. П.	Имиджелогия. Стратегии и тактики имиджевой коммуникации: Учебное пособие	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2010, электронный ресурс	1
Л1.3	Горчакова В.Г.	Имиджелогия. Теория и практика: учебное пособие	Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2015, электронный ресурс	1
Л1.4	Ушакова Н.В., Стрижова А.Ф.	Имиджелогия (3-е издание): учебное пособие	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017, электронный ресурс	1
Л1.5	Сысоева Е. Ю.	Имидж педагога: учебное пособие	Самара: СамГУ, 2019, электронный ресурс	1
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Плеханова Н. П.	Психология индивидуального имиджа: учебное пособие для студентов факультета психологии	Сургут: Издательство СурГУ, 2006	52
Л2.2	Плеханова Н. П.	Психология индивидуального имиджа. Мужской имидж: учебно-методическое пособие	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2010	44
Л2.3	Елкина М.В.	Имиджелогия: учебно-методическое пособие	Омск: Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, 2013, электронный ресурс	1

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.4	Патрахина, Т. Н., Вялкова, К. С., Терещенко, Н. В.	Инструкция молодого специалиста. Как сформировать профессиональный имидж в социальной сети «ВКонтакте»: учебно-методическая разработка	Нижевартовск: Нижевартовский государственный университет, 2020, электронный ресурс	1

6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Плеханова Н. П.	Технологии формирования профессионального имиджа: методические рекомендации по выполнению практических занятий и контрольных работ	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2019, электронный ресурс	1
Л3.2	Плеханова Н. П.	Имиджелогия: методические рекомендации и задания для практических занятий	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2020, электронный ресурс	1

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Международный пресс-клуб http://pr-club.com/
Э2	Научно-практический журнал Корпоративная имиджелогия [Текст] = Corporate Imageology : [журнал] / учредитель: НП «Академия имиджелогии» http://www.ci-journal.ru/
Э3	Все о технологиях брендинга. Теория. Практика. Создание торговой марки. Ребрендинг. http://www.allbranding.ru

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	Пакет прикладных программ Microsoft Office
---------	--

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	«Гарант», «Консультант плюс», «Консультант-регион»
---------	--

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных занятий), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации оснащена: комплект специализированной учебной мебели, маркерная (меловая) доска, комплект переносного мультимедийного оборудования – компьютер, проектор, проекционный экран, компьютеры с возможностью выхода в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду. Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационную среду организации.
-----	---