



- познакомить магистрантов с основными методами и условиями формирования имиджа образовательного учреждения и обеспечить необходимый уровень готовности студентов к осуществлению научно-исследовательской деятельности по избранной специальности;
- научить магистрантов аргументировано оценивать разные подходы к решению теоретических проблем;
- заложить основу дальнейшего продуктивного использования полученных систематизированных теоретических и практических знаний в области изучаемой дисциплины при решении социальных и профессиональных задач.

#### 10. Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Имидж образовательного учреждения» относится к числу дисциплин по выбору учебного плана подготовки магистра по направлению 39.04.01 "Социология" («Социологическое образование»).

**Входные знания, умения и навыки:** знания, умения и навыки студентов в области социологии, психологии, экономики и менеджмента, полученные на предыдущих курсах и ступенях обучения.

#### 11. Планируемые результаты обучения по дисциплине/модулю (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями выпускников):

Код	Название компетенции	Код(ы)	Индикатор(ы)	Планируемые результаты обучения
ПК-4	Способен применять результаты конкретного социологического исследования для улучшения социальных явлений и процессов (снижения рисков для заказчика), представлять результаты исследовательской работы с учетом особенностей потенциальной аудитории	ПК-4.1.  ПК-4.2.	<p>Определяет возможности использования результатов конкретного социологического исследования для улучшения социальных явлений и процессов</p> <p>Представляет результаты исследовательской работы с учетом особенностей потенциальной аудитории</p>	<p>знать: новые теории, модели, методы исследования в области имиджологии;</p> <p>уметь: использовать новые теоретические подходы и новые методики для улучшения имиджа образовательной организации;</p> <p>владеть: эффективными способами и методами формирования имиджа образовательных учреждений и управления его совершенствованием.</p> <p>Знать: возможности использования результатов конкретного социологического исследования выработке рекомендаций по оптимизации процессов и явлений;</p> <p>Уметь: представлять результаты исследовательской работы с учетом особенностей потенциальной аудитории;</p> <p>Владеть: навыками использования и представления результатов социологического исследования для снижения рисков для заказчика</p>

**12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час.** (в соответствии с учебным планом) — 2 ЗЕТ/ 72 часа. Форма промежуточной аттестации \_зачет

#### 13. Виды учебной работы

Вид учебной работы	Трудоемкость			
	Всего	По семестрам		
		3 семестр	№ семестра	...
Аудиторные занятия	42	42		
в том числе: лекции	14	14		
практические	14	14		

лабораторные	0	0		
Самостоятельная работа	30	30		
Итоговая контрольная работа	14	14		
Форма промежуточной аттестации	зачет	зачет		
Итого:	72	72		

### 13.1. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Реализация раздела дисциплины с помощью он-лайн-курса, ЭУМК
<b>Лекции</b>			
1.1	Теоретические аспекты имиджологии	Компоненты имиджа личности. Основные условия формирования имиджа. Теоретические основания имиджа. Принципы имиджологии. Приоритетные функции имиджа (ценностные, технологические). Роль механизмов социально-психологического влияния в процессе формирования имиджа. Коммуникационная модель формирования имиджа. Каналы передачи информации. Формирование имиджа как субъект-субъектное взаимодействие. Общественное мнение, общественное сознание	
1.2	Индивидуальный профессиональный имидж и технологии его формирования	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. Социальная природа и функции организационного имиджа: Корпоративная культура - объективная основа единства внутреннего и внешнего имиджа организации. Факторы формирования корпоративной культуры: культура управления, культура производства, культура межличностных отношений на предприятии, культура поведения во внешней среде др	
1.3	Формирование имиджа организации в сфере образования	Внешний и внутренний имидж. Связь внутреннего имиджа с корпоративной культурой. Оптимальная структура внешнего имиджа учреждения. Имидж руководителя в структуре имиджа учреждения. Роль внешних атрибутов образовательного учреждения: эмблема, девиз. Анализ и методы оценки имиджа Способы совершенствования имиджа. Основные мероприятия по совершенствованию имиджа. Критерии эффективности корпоративного имиджа.	
<b>Практические занятия</b>			
2.1	Теоретические аспекты имиджологии	Компоненты имиджа личности. Основные условия формирования имиджа. Теоретические основания имиджа. Принципы имиджологии. Приоритетные функции имиджа (ценностные, технологические). Роль механизмов социально-психологического влияния в процессе формирования имиджа. Коммуникационная модель формирования	

		имиджа. Каналы передачи информации. Формирование имиджа как субъект-субъектное взаимодействие. Общественное мнение, общественное сознание	
2.2	Индивидуальный профессиональный имидж и технологии его формирования	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. Социальная природа и функции организационного имиджа: Корпоративная культура - объективная основа единства внутреннего и внешнего имиджа организации. Факторы формирования корпоративной культуры: культура управления, культура производства, культура межличностных отношений на предприятии, культура поведения во внешней среде др	
2.3	Формирование имиджа организации в сфере образования	Внешний и внутренний имидж. Связь внутреннего имиджа с корпоративной культурой. Оптимальная структура внешнего имиджа учреждения. Имидж руководителя в структуре имиджа учреждения. Роль внешних атрибутов образовательного учреждения: эмблема, девиз. Анализ и методы оценки имиджа Способы совершенствования имиджа. Основные мероприятия по совершенствованию имиджа. Критерии эффективности корпоративного имиджа.	

### 13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Виды занятий (часов)				Всего
		Лекции	Практические	Лабораторные	Самостоятельная работа	
1	Теоретические основы имиджологии	6	4		10	22
2	Индивидуальный профессиональный имидж и технологии его формирования	4	4		10	20
3	Формирование имиджа организации в сфере образования	4	6		10	26
	Всего	<b>14</b>	<b>14</b>		<b>30</b>	<b>72</b>

**Содержание учебной программы Б1.В.ДВ.01.01 «Имидж образовательного учреждения»** реализуются посредством лекционных, семинарских занятий и самостоятельной работы студентов.

Виды лекций: традиционная, лекция-беседа, проблемная лекция, лекция с разбором конкретных ситуаций, лекция пресс-конференция.

Методы обучения: кейс-метод (анализ конкретных ситуаций), дискуссия, имитационные упражнения, мозговой штурм, деловая игра.

Виды самостоятельных работ: конспектирование, реферирование, разработка планов дискуссий, формулирование вопросов к обсуждению.

Методы текущего контроля знаний обучающихся: беседа, фронтальный опрос, итоговое тестирование, собеседование.

Контроль знаний проводится во время итоговой аттестации (экзамен) – в виде устных ответов студентов на вопросы; по окончании изучения каждой темы студентам предлагаются тестовые задания, разработанные преподавателем

**15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины** (список литературы оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ и используется общая сквозная нумерация для всех видов источников)

а) основная литература:

№ п/п	Источник
-------	----------

1	Андреева, С. В. Имиджология: 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 (КемГИК), 2017. – 72 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=487647">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=487647</a>
2	Лысикова, О.В. Имиджология и паблик рилейшнз в социокультурной сфере / О.В. Лысикова, Н.П. Лысикова. - 2-е изд., стер. - Москва : Флинта, 2014. - 168 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-89349-853-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=363380">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=363380</a>
3	Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации. Реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учеб. пособие / Ф. И. Шарков. – М.: Дашков и К, 2016. – 324 с. -. ISBN 978-5-394-00792-7. (0 шт.) URL:// <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=116042">biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=116042</a>
4	Шарков, Ф. И. Реклама в коммуникационном процессе: учебник / Ф. И. Шарков. – 3-е изд. – М.: Дашков и К°, 2015. – 348 с. -. ISBN 978-5-394-01614-1. (0 шт.) URL:// <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=115774">biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=115774</a>

**б) дополнительная литература:**

№ п/п	Источник
5	Горчакова, В. Г. Имиджология. Теория и практика [Электронный ресурс] : учебное пособие / Горчакова В. Г. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 335 с. – Режим доступа: ЭБС Ай Пи Ар Букс.
6	Маркетинговое исследование по предоставлению образовательной услуги : учебно-методическое пособие / авт.-сост. Д. В. Бочков. – Изд. 2-е. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2018. – 79 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=476729">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=476729</a>

**в) информационные электронно-образовательные ресурсы (официальные ресурсы интернет)\*:**

№ п/п	Ресурс
7	Полнотекстовая база «Университетская библиотека» – образовательный ресурс. – <a href="https://biblioclub.ru/">https://biblioclub.ru/</a>
8	База данных исследований ВЦИОМ - <a href="http://www.wziom.ru">www.wziom.ru</a>
9	База данных исследований РОМИР - <a href="http://www.romir.ru">www.romir.ru</a>
10	База данных исследований Фонда «Общественное мнение» ( <a href="http://www.fom.ru">www.fom.ru</a> )
11	Интернет-ресурсы Института социологии ФНИСЦ РАН - <a href="https://www.isras.ru/eresurs.html">https://www.isras.ru/eresurs.html</a>
12	Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент». - <a href="http://ecsocman.hse.ru/">http://ecsocman.hse.ru/</a>
13	Электронный каталог Научной библиотеки Воронежского государственного университета. – ( <a href="http://www.lib.vsu.ru/">http // www.lib.vsu.ru/</a> ).

**16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы (учебно-методические рекомендации, пособия, задачки, методические указания по выполнению практических (контрольных) работ и др.)**

№ п/п	Источник
1	Энциклопедический словарь по социологии

**17. Образовательные технологии, используемые при реализации учебной дисциплины, включая дистанционные образовательные технологии (ДОТ), электронное обучение (ЭО), смешанное обучение):**

При реализации дисциплины могут проводиться различные типы лекций (вводная, обзорная и т.д.), семинарские занятия (проблемные, дискуссионные и т.д.), применяться дистанционные образовательные технологии в части освоения лекционного материала, проведения текущей аттестации, самостоятельной работы по дисциплине или отдельным ее разделам и т.д.

При освоении дисциплины обучающиеся получают возможность пользоваться профессиональными базами данных, указанными в пункте «15. в)» данной программы.

По дисциплине разработан ЭУМК на платформе электронного университета ВГУ <https://edu.vsu/course/view.php?id=21886>

Используется программное обеспечение WIN HOME 10 32-bit/64-bit All Lng PK Lic Online DwnLd NR, а также Office Home and Student 2019 All Lng PKL Onln CEE Only DwnLd C2R NR.

**18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:** Учебная аудитория: специализированная мебель, ноутбук, проектор, Linux — Ubuntu, LibreOffice, Xnconvert, Google Chrom, Google drive/ Google drive/ СПС "Консультант Плюс" для образования, Office Home and Student 2019 All Lng PKL OnLn CEE Only DwnLd C2R NR, WIN HOME 10 32-bit/64-bit All Lng PK Lic Online DwnLd NR, СПС "Консультант Плюс" для образования, Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Универсальный Russian Edition

### 19. Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестаций

Порядок оценки освоения обучающимися учебного материала определяется содержанием следующих разделов дисциплины:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция(и)	Индикатор(ы) достижения компетенции	Оценочные средства
1.	1-3 темы	ПК-4	ПК-4,1 ПК-4.2	Практические задания, подготовка сообщений групповая дискуссия Итоговая контрольная работа
Промежуточная аттестация форма контроля - зачет				Перечень вопросов

### 20. Типовые оценочные средства и методические материалы, определяющие процедуры оценивания

#### 20.1 Текущий контроль успеваемости

Контроль успеваемости по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

#### Перечень практических заданий

##### Практическое задание №1.

Представьте в виде отчета (письменно) результаты изучения литературы (учебников, монографий, статей и др.), раскрывающих следующие вопросы Содержание задания.

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:

Критерии оценки практических заданий

Отлично	Практическое задание выполнено в строгом соответствии с планом. При разработке обучающийся опирался на рекомендованную и дополнительную литературу, разнообразные источники информации. Обучающийся показал глубокое погружение в тему, сформулированные им выводы и рекомендации обоснованы. Задание правильно оформлено
Хорошо	Практическое задание выполнено в соответствии с планом. При разработке обучающийся опирался только на рекомендованную литературу и источники информации. Показал глубокое погружение в тему, однако сформулированные выводы и рекомендации неполны, содержат неточности. Задание правильно оформлено.
Удовлетворительно	Выполнены не все части задания, определенного планом, есть неточности, проявлена небрежность в оформлении задания. Обучающийся демонстрирует поверхностное знание и недостаточное понимание темы.
Неудовлетворительно	Практическое задание не выполнено или выполнено с грубыми содержательными и техническими ошибками

### Практическое занятие № 3. Групповая дискуссия по вопросам:

1. Что такое имидж с точки зрения социальной социологии?
2. Охарактеризуйте понятия: «образ», «репутация», «авторитет».
3. Равнозначны ли понятия «имиджелогия» и «психология формирования имиджа».
4. Что такое имиджелогия? Чем она отличается от социологии имиджа?
5. Что такое имидж с точки зрения имиджелогии?
6. Я – концепция и имидж – охарактеризуйте понятия.
7. Что такое феномен предрасположенности в пользу собственного Я?
8. Что такое самопрезентация?
9. Объясните понятие: «периферический ключевой стимул»?
10. Чем обусловлена множественность имиджей?
11. Перечислите прикладные направления исследования имиджа. Приведите примеры исследований.
12. Опишите функции личного (персонального) имиджа?
13. Дайте определение групповому имиджу.
14. Сравните корпоративный имидж с другими типами имиджа. Что общего и в чём различия между ними?
15. Из чего складывается корпоративная культура организации

#### **Критерии оценки работы на круглом столе, дискуссии:**

Отлично	Обучающийся при подготовке к круглому столу использовал дополнительную рекомендованную и/или самостоятельно найденную литературу, демонстрирует знание работ зарубежных специалистов по проблематике круглого стола, свободно владеет базовыми знаниями по теме, способен самостоятельно формулировать проблемы, логично выстраивает и презентует подготовленный материал, приводит адекватные примеры, грамотно аргументирует свою позицию.
Хорошо	Обучающийся демонстрирует знание отечественных работ по проблематике круглого стола, свободно владеет базовыми знаниями по теме, способен самостоятельно формулировать проблемы, хорошо выстраивает и презентует материал, приводит адекватные примеры.
Удовлетворительно	Обучающийся неуверенно владеет базовыми знаниями по теме, способен формулировать проблемы, логически выстраивает и презентует материал, приводит примеры.
Неудовлетворительно	Обучающийся слабо владеет (или совсем не владеет) базовыми знаниями по теме, не способен формулировать проблемы, не способен логически выстраивать и презентовать материал, не самостоятелен в суждениях

#### **Итоговая контрольная работа**

Разработайте проект:

Личностный имидж:

А) руководителя организации (по выбору);

Б) сотрудника организации (по выбору).

Критерии оценки контрольной работы:

Отлично	При разработке проекта обучающийся опирался на рекомендованную и дополнительную литературу, разнообразные источники информации. Обучающийся показал глубокое погружение в тему, владеет базовыми понятиями, проявляет творческие способности, свободно отвечает на вопросы экспертов, сформулированные им выводы и рекомендации обоснованы.
Хорошо	При разработке обучающийся опирался только на рекомендованные источники информации. Показал глубокое погружение в тему, владение базовыми понятиями, однако сформулированные выводы и рекомендации неполны, содержат неточности, ответил не на все вопросы экспертов.
Удовлетворительно	Выполнены не все части задания, определенного планом, есть неточности. Обучающийся демонстрирует поверхностное знание и недостаточное понимание темы., теряется в ответах на вопросы экспертов, выводы и рекомендации не обоснованы
Неудовлетворительно	Практическое задание не выполнено или выполнено с грубыми содержательными и техническими ошибками, ответы на вопросы экспертов

## 20.2 Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

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

Зачет выставляется по всему циклу работ: действует накопительная система баллов: от половины возможных баллов за все занятия, учитывая активность и качество выступлений может быть выставлен зачет-"автомат" Незачет, если индивидуально не проработаны темы.

Для оценивания результатов обучения на зачете с оценкой используется 4-балльная шкала: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Соотношение показателей, критериев и шкалы оценивания результатов обучения.

Для оценивания результатов обучения на зачете используется 2-балльная шкала: «зачтено», «не зачтено».

Критерии оценивания компетенций	Уровень сформированности компетенций	Шкала оценок
Обучающийся в полной мере владеет понятийным аппаратом данной области науки (теоретическими основами дисциплины), способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, применять теоретические знания для решения практических задач в области имиджелогии	<i>Повышенный уровень</i>	<i>зачтено</i>
Обучающийся владеет понятийным аппаратом данной области науки	<i>Базовый</i>	<i>зачтено</i>

(теоретическими основами дисциплины), способен структурировать свой ответ и подкрепить его примерами, допускает ошибки при ответах на дополнительные вопросы.	<i>уровень</i>	
Обучающийся владеет частично теоретическими основами дисциплины, фрагментарно способен раскрыть основные вопросы темы КИМа, ответ не обнаруживает четкой логической структуры, в диалоге участник коммуникации не проявляет активности.	<i>Пороговый уровень</i>	<i>зачтено</i>
Ответ на контрольно-измерительный материал не соответствует любым трем(четырем) из перечисленных показателей. Обучающийся демонстрирует отрывочные, фрагментарные знания, допускает грубые ошибки при ответах на основные вопросы КИМа, не способен ответить на дополнительные вопросы.	–	<i>Не зачтено</i>

Оценка знаний, умений и навыков, характеризующая этапы формирования компетенций в рамках изучения дисциплины осуществляется в ходе текущей и промежуточной аттестаций.

Текущая аттестация проводится в соответствии с Положением о текущей аттестации обучающихся по программам высшего образования Воронежского государственного университета. Текущая аттестация проводится в форме письменных работ (контрольные, лабораторные работы). Критерии оценивания приведены выше.

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования.

Контрольно-измерительные материалы промежуточной аттестации включают в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень полученных знаний.

При оценивании используются качественные шкалы оценок. Критерии оценивания приведены выше.