

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

«30» 06 2020 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.ДВ.02.02 Технологии формирования имиджа организации

Учебный план: ФГОС3+_2020-2021_42.03.01_ВШПМ_ОЗО_PR_ в медиаиндустрии.plx

Кафедра: **38** Рекламы

Направление подготовки:
(специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: PR в медиаиндустрии
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очно-заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
7	УП	17	17	38	36	3	Экзамен
	РПД	17	17	38	36	3	
Итого	УП	17	17	38	36	3	
	РПД	17	17	38	36	3	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

доктор культурологических наук, Профессор

Алексеев-Апраксин
Анатолий Михайлович

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой рекламы

Смирнов Алексей
Викторович

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Смирнов Алексей
Викторович

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Познакомить обучающихся с теоретическими основами, с основными механизмами и методами формирования имиджа организации, а также методами их эффективного использования в процессе профессиональной деятельности

1.2 Задачи дисциплины:

познакомить с основными направлениями подходов к проблеме имиджа, функциям, методам и принципам формирования имиджа организации в различных аспектах; научить студентов конструировать разнообразные сферы социального общения

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Основы сторителлинга

Медиарилейшнз

Разработка PR-текста

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПКп-1 : Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности

Знать: основные понятия, методы и технологии коммуникационной деятельности по формированию корпоративного имиджа

Уметь: разрабатывать составляющие имиджа организации: миссию, видение, корпоративную философию, корпоративную культуру

Владеть: навыками подготовки и организации мероприятий по формированию корпоративного имиджа

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)			
Раздел 1. Имидж и его роль в деловой жизни	7					О
Тема 1. Введение в проблематику курса (основные понятия и подходы)		2	1	4	ИЛ	
Тема 2. Мифодизайн социокультурной среды		2	1	4	ИЛ	
Тема 3. Психологические механизмы построения образа		2	1	3		Д
Раздел 2. Технологии построения						
Тема 4. Имидж организации. Структура организационного имиджа		1	2	4	ГД	
Тема 5. Стратегическое планирование как основа разработки имиджа. Процесс создания образа организации		1	2	4	ИЛ	
Тема 6. Формирование конкурентно способного имиджа организации. Правила построения положительного		1	2	4		Д
Раздел 3. Формирование имиджа делового человека						
Тема 7. Миссия организации. Миссия лидера. Легенды. Ситуативный имидж.		2	1	3	ГД	
Тема 8. Профессиональный имидж делового человека. Имидж руководителя организации		1	1	4		Т
Раздел 4. Формирование имиджа организации						
Тема 9. Имидж и социальная ответственность. Внутренний положительный имидж организации		2	3	4		
Тема 10. Методы оценки имиджа организации		3	3	4		
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		17	17	38		

Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)		2,5	33,5		
Всего контактная работа и СР по дисциплине		36,5	71,5		

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ПКп-1	- излагает основные понятия, методы и технологии коммуникационной деятельности по формированию корпоративного имиджа - разрабатывает составляющие имиджа организации: миссию, видение, корпоративную философию, корпоративную культуру	Перечень вопросов для устного собеседования Типовые практико-ориентированные задания
	- подготавливает и организует мероприятия по формированию корпоративного имиджа	

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
5 (отлично)	Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу.	
4 (хорошо)	Ответ полный, основанный на проработке всех обязательных источников информации. Подход к материалу ответственный, но стандартный.	
3 (удовлетворительно)	Ответ воспроизводит в основном только лекционные материалы, без самостоятельной работы с рекомендованной литературой. Демонстрирует понимание предмета в целом, без углубления в детали. Присутствуют существенные ошибки или пробелы в знаниях по некоторым темам. Ответ неполный, основанный только на лекционных материалах. При понимании сущности предмета в целом – существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, незнание (путаница) важных терминов.	
2 (неудовлетворительно)	Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки. Непонимание заданного вопроса. Неспособность сформулировать хотя бы отдельные концепции дисциплины. Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки).	

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 7	
1	Что объединяет и разграничивает такие понятия как «имидж», «репутация», «престиж»?
2	Какие компоненты включает в свою структуру имидж?
3	Перечислите визуальные и вербальные компоненты имиджа личности и организации.
4	Что включает в себя психологический пласт работы с имиджем?
5	Какие психологические приемы используются для формирования установки на доверие к объекту формирования имиджа?
6	Должен ли процесс формирования имиджа опираться на существующие стереотипы?
7	Какая из типологий имиджа основывается на стереотипном восприятии действительности?
8	Каковы особенности использования позиционирования в процессе формирования имиджа?
9	В чем заключается принцип использования приемов эмоционализации и акцентуации?
10	Что понимается под понятиями «организация», «корпорация», «предприятие», «фирма»? В чем специфика создания имиджа для каждого учреждения?
11	В какой зависимости находятся коммерческий успех предприятия и его имидж?
12	Сущность основных структурных элементов имиджа предприятия?
13	Имидж руководителя как фактор формирования имиджа организации.
14	Составляющие имиджа руководителя организации.
15	Процедура оценки процесса формирования имиджа руководителя.
16	Какие из компонентов имиджа лидера универсальны?
17	Этапы формирования имиджа организации.
18	Способы и средства формирования внешнего имиджа организации.
19	Способы и средства формирования внутреннего имиджа организации.
20	Мониторинг корпоративного имиджа
21	Сохранение и защита внутреннего корпоративного имиджа.
22	Измерение корпоративной репутации.

5.2.2 Типовые тестовые задания

Типовые тестовые задания в данной РПД не предусмотрены

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

1. Разработать имидж организации и представить в виде презентации
2. Разработать миссию и видение для организации и представить в виде презентации
3. Придумать историю-легенду, название, слоган
4. Найти примеры технологий применения имиджэффекта в профессиональной деятельности специалиста по связям

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная Письменная Компьютерное тестирование Иная

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Экзамен проходит в форме устного собеседования. Пользоваться дополнительными справочными материалами не разрешается. Время на подготовку и ответ 30 мин.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				

Ушакова, Н. В., Стрижова, А. Ф.	Имиджология (3-е издание)	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2017	http://www.iprbookshop.ru/57073.html
Персикова, Т. Н.	Корпоративная культура	Москва: Логос	2015	http://www.iprbookshop.ru/70694.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Смирнова В. В.	Корпоративный имидж. Контрольные работы	СПб.: СПбГУПТД	2018	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2018413
Есаулова М. Б.	Имидж фирмы	СПб.: СПбГУПТД	2015	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2460

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Электронно-библиотечная система «IPRbooks» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска