

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор
по УР

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.05

Имидж фирмы

Учебный план: 2025-2026 44.03.04 ИЭСТ имидж ОО №1-1-125.plx

Кафедра: **35** Педагогики и психологии профессионального образования

Направление подготовки:
(специальность) 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)

Профиль подготовки: Декоративно - прикладное искусство и дизайн (имиджевый дизайн)
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

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 | 16 | 16 | 39,75 | 0,25 | 2 | Зачет |
| | РПД | 16 | 16 | 39,75 | 0,25 | 2 | |
| 8 | УП | 18 | 36 | 27 | 27 | 3 | Экзамен |
| | РПД | 18 | 36 | 27 | 27 | 3 | |
| Итого | УП | 34 | 52 | 66,75 | 27,25 | 5 | |
| | РПД | 34 | 52 | 66,75 | 27,25 | 5 | |

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям), утвержденным приказом Минобрнауки России от 22.02.2018 г. № 124

Составитель (и):

кандидат пед наук, Доцент

Орешкин Виктор
Георгиевич

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой педагогики и психологии
профессионального образования

Никитина Галина
Анатольевна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Никитина Галина
Анатольевна

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать компетенции обучающегося в области разработки имиджа фирмы и его роли в деловой жизни.

1.2 Задачи дисциплины:

Ознакомить студентов с содержанием феномена имиджа, определить его роль и место в системе современных социальных коммуникаций;

Развить базовые профессиональные компетенции студентов в использовании инструментария имиджа фирмы;

Обучить использованию психологических методов формирования имиджа в своей профессиональной практике;

Обучить оценивать состояние имиджа фирмы;

Обучить созданию благоприятного имиджа;

Обучить анализировать маркетинговую среду предприятия.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

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

Психология формирования имиджа

История и теория дизайна с методикой преподавания

Формообразование

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

| |
|---|
| ПК-2: Способен выполнять деятельность и (или) демонстрировать элементы осваиваемой обучающимися деятельности, предусмотренной программой учебного предмета, курса, практики в области имиджа и стиля |
| Знать: понятия: «фирменный стиль», «товарный знак», «логотип» и т.д., этапы создания имиджа, основные средства формирования имиджа. |
| Уметь: анализировать маркетинговую среду предприятия, разрабатывать желаемый образ фирмы. |
| Владеть: навыками применения технологий формирования имиджа фирмы. |

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. Введение в имиджологию | 7 | | | | | О |
| Тема 1. Имидж и его роль в деловой жизни Современное значение термина «имидж». Субъекты имиджирования. Разновидности имиджа. Имидж как предмет внимания науки. Практическое занятие: Атрибуты, факторы и компоненты имиджа. Концептуальные характеристики имиджа. Слагаемые имиджа фирмы (название, логотип). | | 2 | 2 | 6 | ИЛ | |
| Тема 2. Концептуальные модели корпоративного имиджа Традиционная и современная модели коммуникации и имиджа. Практическое занятие: Источники, факторы, структура имиджа, связь имиджа с поведением потребителей и корпоративной идентичностью в традиционной и современной моделях. | | 3 | 2 | 7 | ГД | |
| Тема 3. «Мастер - план». Практическое занятие: Структура «мастер - плана» имиджа фирмы. | | | 3 | 6 | ИЛ | |

| | | | | | | |
|--|---|------|----|-------|----|---|
| Раздел 2. Основы технологии формирования внешнего имиджа фирмы | | | | | | |
| Тема 4. Внешний имидж фирмы. Функции внешнего имиджирования. Идентификация, акцентуация и продвижение в технологии формирования внешнего имиджа. Практическое занятие: Реклама как основная часть внешнего имиджа. | | 2 | 3 | 5 | ИЛ | 0 |
| Тема 5. Международный кодекс рекламной деятельности. Практическое занятие: Пределы действия кодекса. Интерпретация. Основные принципы и правила. Специальные положения. | | 3 | 2 | 4,75 | ИЛ | |
| Тема 6. Качество продукции как основополагающий фактор имиджа фирмы. Практическое занятие: Понятие «качество продукта», поведение персонала и уровень обслуживания клиентов. | | 3 | 2 | 5 | ИЛ | |
| Тема 7. Проектирование корпоративного имиджа. Технические задачи имиджевых коммуникаций. Определение целевых аудиторий. Практическое занятие: Разработка компонентов внешнего имиджа организации. Фирменное наименование и аббревиатура, торговая марка, логотип и фирменная шрифтовая надпись, девиз и слоган, лозунг, знамя, флаг, вымпел, фирменный цвет, внешний вид персонала, дизайн интерьера и экстерьера, фирменные бланки, брошюры, рекламные проспекты, упаковочный материал и т.д. | | 3 | 2 | 6 | | |
| Итого в семестре (на курсе для ЗАО) | | 16 | 16 | 39,75 | | |
| Консультации и промежуточная аттестация (Зачет) | | 0,25 | | | | |
| Раздел 3. Связь с общественностью как часть внешнего имиджа | | | | | | |
| Тема 8. Связь со СМИ как часть внешнего имиджа. Общественное мнение о кампании, формируемое рекламной кампанией, качеством продукции, связями со средствами массовой информации и общественной работой. Практическое занятие: Создание и способы передачи сообщений. Взаимодействие с органами массовой информации. Имиджевые рекламные кампании | 8 | 2 | 4 | 2 | ИЛ | 0 |
| Тема 9. Общественная деятельность фирмы. Связь с инвесторами. Практическое занятие: Имиджевая общественная деятельность | | 2 | 4 | 2 | ИЛ | |

| | | | | | | |
|--|--|---|---|---|----|---|
| <p>Тема 10. Сохранение и защита позитивного имиджа организации Аспекты сохранения и защиты позитивного имиджа. Поддержание провозглашенных корпоративных стандартов: добросовестность в служении декларируемым принципам, подтверждение качества работы престижными наградами и сертификатами, членство в авторитетных организациях, поддержание профессиональных стандартов, антикризисный PR. Изменчивость и устойчивость имиджа. Практическое занятие: Мониторинг корпоративного имиджа.</p> | | 2 | 4 | 3 | ИЛ | |
| <p>Раздел 4. Основы технологии формирования внутреннего имиджа фирмы</p> | | | | | | О |
| <p>Тема 11. Внутренний имидж фирмы. Целенаправленное управление внутренней коммуникацией в целях имиджирования. Обучение и консультирование, непосредственно направленные на под-держание имиджа организации в глазах персонала. Практическое занятие: Программы стимулирования труда и формирование позитивного имиджа организации. Программы стимулирования. Денежные и неденежные формы поощрения.</p> | | 2 | 4 | 4 | ИЛ | |
| <p>Тема 12. Практическое занятие: Поведенческое формирование имиджа. Имиджевые регуляторы.</p> | | | 4 | 4 | ГД | |
| <p>Тема 13. Кадровая политика предприятия как способ формирования внутреннего имиджа фирмы. Подбор персонала. Система профессиональной адаптации, продвижения и ротации. Повышение уровня профессиональных знаний. Практическое занятие: Тренинги знаний и навыков. Поддержание благоприятного социально-психологического климата. Организация неформального общения сотрудников. Формы отдыха, обеспечивающие сплочение коллектива.</p> | | 2 | 4 | 4 | ИЛ | |
| <p>Тема 14. Стандарты поведения при сбытовой, конъюнктурной и маркетинговой ориентациях фирмы. Практическое занятие: Имиджевые виды маркетинговых коммуникаций.</p> | | 2 | 4 | 4 | ИЛ | |
| <p>Раздел 5. Персональный деловой имидж: структура, факторы</p> | | | | | | |
| <p>Тема 15. Неосязаемый имидж. Покупательское «Я». Самоимидж покупателя. Понятия личностного персонального, профессионального, делового имиджа. Факторы и компоненты персонального делового имиджа. Практическое занятие: Внешние факторы персонального делового имиджа: общие физические данные, мимика, одежда, жестикация, цветотип, макияж, аксессуары, типы лица, прическа и т.д.</p> | | 3 | 4 | 2 | ИЛ | О |

| | | | | | | |
|---|--|-------|----|-------|----|--|
| Тема 16. Внутренние факторы, определяющие персональный деловой имидж: уровень нравственности, внешние данные, интеллектуальные, художественные, информационные качества личности, склонность к общению и лидерству, коммуникабельность, эмпатичность, психическое здоровье и др. Практическое занятие: «Я-концепция» – основа персонального имиджа. Три уровня «Я-концепции». Анализ «Я-внутреннего» и «Я-зеркального». | | 3 | 4 | 2 | ГД | |
| Итого в семестре (на курсе для ЗАО) | | 18 | 36 | 27 | | |
| Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен) | | 2,5 | | 24,5 | | |
| Всего контактная работа и СР по дисциплине | | 88,75 | | 91,25 | | |

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 |
|-----------------|---|--|
| ПК-2 | <p>Раскрывает содержание понятий: «фирменный стиль», «товарный знак», «логотип».</p> <p>Характеризует этапы создания имиджа, основные средства формирования имиджа.</p> <p>Проводит анализ маркетинговой среды предприятия, разрабатывает желаемый образ фирмы.</p> | Вопросы для устного собеседования. Практико-ориентированные задания. |

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 области психологии и педагогики. Критический оригинальный подход к материалу. | |
| 4 (хорошо) | Ответ стандартный в целом качественный, основан на всех обязательных источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки. | |
| 3 (удовлетворительно) | Ответ не полный, 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 | |

| | | |
|------------|---|--|
| Зачтено | Обучающийся показывает знание основного учебного материала, предусмотренного программой, может объяснить взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для последующей профессиональной деятельности; проявляет творческие способности в понимании, изложении и использовании учебного материала. | |
| Не зачтено | Обучающийся обнаруживает пробелы в знаниях основного учебного материала, допускает принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий, не знаком с рекомендованной литературой. | |

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 | Психология имиджа как одно из направлений теории и практики социальных коммуникаций. | |
| 2 | Понятие имиджа, его социально-психологическая природа. Роль имиджа в современном обществе. | |
| 3 | Этимология понятия «имидж». | |
| 4 | Определение имиджа с точки зрения различных наук и отраслей знания. | |
| 5 | Методологическое обоснование феномена имиджа. | |
| 6 | Исследование феномена имидж методами различных психологических направлений. | |
| 7 | Структурные элементы имиджа. Этапы и стадии формирования имиджа. | |
| 8 | Типы классификации имиджа. | |
| 9 | Типы мотивации при создании имиджа. Имидж, ориентированный на самоощущение и восприятие. | |
| 10 | Имиджеформирующая информация. Каналы трансляции. | |
| 11 | Целевая аудитория корпоративного имиджа. | |
| 12 | Критерии эффективности корпоративного имиджа. | |
| 13 | Психология корпоративного имиджа | |
| 14 | Имидж государственной службы. | |
| Семестр 8 | | |
| 15 | Психологические аспекты в разработке имиджа товара или услуги. | |
| 16 | Психологическая составляющая имиджа политических субъектов. | |
| 17 | Психология делового имиджа. Стили управленческой деятельности и типы имиджа руководителя. | |
| 18 | Общее и различия в исследованиях персонального, корпоративного и предметного имиджа. | |
| 19 | Практические методики оценки имиджа. | |
| 20 | Покупательское «Я». Самоимидж покупателя. | |
| 21 | «Я-концепция» – основа персонального имиджа. Три уровня «Я-концепции». | |
| 22 | Изменчивость и устойчивость имиджа. Мониторинг корпоративного имиджа. | |
| 23 | Целенаправленное управление внутренней коммуникацией в целях имиджирования. | |
| 24 | Имидж руководителя в структуре имиджа учреждения. | |
| 25 | Стратегические компоненты имиджа государства. | |
| 26 | Психология имиджа в шоу-бизнесе. | |
| 27 | Навыки эффективной самопрезентации имиджа (самомаркетинг, техники эффективного общения, вербальные и невербальные средства трансляции имиджа, стратегии эффективного влияния, синтоническая модель общения, психотехника формирования аттракции). | |
| 28 | Понятия личностного персонального, профессионального, делового имиджа. Факторы и компоненты персонального делового имиджа. | |
| 29 | Критерии оценки имиджа. Имидж и должностные обязанности специалиста по социальным коммуникациям. | |
| 30 | Анализ «Я-внутреннего» и «Я-зеркального». | |
| 31 | Внешние факторы персонального делового имиджа: общие физические данные, мимика, одежда, жестикуляция, цветотип, макияж, аксессуары, типы лица, прически и т.д. | |

| | |
|----|---|
| 32 | Внутренние факторы, определяющие персональный деловой имидж: уровень нравственности, внешние данные, интеллектуальные, художественные, информационные качества личности, склонность к общению и лидерству, коммуникабельность, эмпатичность, психическое здоровье и др. |
|----|---|

5.2.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрены

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

1. Описать и проанализировать логотип фирмы (по выбору учащегося)
2. Описать и проанализировать фирменный стиль фирмы (по выбору учащегося)
3. Составить «мастер-план» имиджа Салона красоты.
4. Составить план имиджевых мероприятий фирмы (по выбору преподавателя)

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

1. Подготовка устного вопроса (30 мин);
 2. выполнение практического задания (20 мин);
- Использование справочного материала не предусмотрено

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

| Автор | Заглавие | Издательство | Год издания | Ссылка |
|---|---|---|-------------|---|
| 6.1.1 Основная учебная литература | | | | |
| Белобрагин, В. В. | Психология имиджа | Москва: Научный консультант | 2018 | http://www.iprbookshop.ru/80797.html |
| Лысыкова О.В. | Имиджелогия и паблик рилейшнз в социокультурной сфере. Учебное пособие | Москва: Флинта | 2019 | https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=341718 |
| Филиппова, С. Ю., Харитоновна, Ю. С. | Имидж коммерсанта. Правовое регулирование и способы охраны | Москва: Статут | 2018 | http://www.iprbookshop.ru/77296.html |
| 6.1.2 Дополнительная учебная литература | | | | |
| Горчакова-Сибирская, М. П. | Научные основы имиджелогии | Санкт-Петербург: Международный банковский институт имени Анатолия Собчака | 2018 | https://www.iprbooks hop.ru/128322.html |
| Беляева, М. А., Самкова, В. А. | Азы имиджелогии. Имидж личности, организации, территории | Москва, Екатеринбург: Кабинетный ученый | 2017 | http://www.iprbookshop.ru/75000.html |
| Никульшина Л. В., Шабловский В. Г. | Проектирование. Фирменный стиль | СПб.: СПбГУПТД | 2016 | http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=3622 |
| Смирнова В. В. | Корпоративный имидж. Практические занятия и самостоятельная работа | СПб.: СПбГУПТД | 2018 | http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2018412 |
| Протасова, О. Л., Бикбаева, Э. В., Наумова, М. Д. | Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества | Тамбов: Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ | 2015 | http://www.iprbookshop.ru/64567.html |
| Есаулова М. Б. | Имидж фирмы | СПб.: СПбГУПТД | 2015 | http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2460 |

| | | | | |
|--|--|--|------|---|
| Хмельницкая, О. Е. | Секретарь - лицо компании (имидж секретаря, деловой этикет и протокол) | Новосибирск: Сибирское университетское издательство | 2017 | http://www.iprbookshop.ru/65153.html |
| Патрахина, Т. Н., Вялкова, К. С., Терещенко, Н. В. | Инструкция молодого специалиста. Как сформировать профессиональный имидж в социальной сети «ВКонтакте» | Нижневартовск: Нижневартовский государственный университет | 2020 | https://www.iprbookshop.ru/118978.html |

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

<http://www.iprbookshop.ru> электронно-библиотечная система IPRbooks
<http://publish.sutd.ru> электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД
<http://www.ocostume.ru/category/entsiklopediya/20-vek> интернет энциклопедия
<http://www.vogue.ru> журнал Vogue
<http://www.bazaar.ru> журнал о моде и стиле Harper's Bazaar
<http://www.graziamagazine.ru> журнал GRAZIA. Итальянский еженедельник о моде и звездах

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 |
| Учебная аудитория | Специализированная мебель, доска |