

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор
по УР

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.ДВ.03.01 Психология формирования имиджа

Учебный план: 2025-2026 44.03.04 ИЭСТ имидж ЗАО №1-3-125.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: заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
4	УП	4		32		1	
	РПД	4		32		1	
5	УП	4	8	87	9	3	Экзамен
	РПД	4	8	87	9	3	
Итого	УП	8	8	119	9	4	
	РПД	8	8	119	9	4	

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 педагогических наук, Доцент

Виктор Георгиевич
Орешкин

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 профессиональные компетенции студентов в области психологии формирования имиджа.

1.2 Задачи дисциплины:

- ознакомить студентов с основными положениями имиджологии как науки, ее методами, средствами и формами, определением ее места среди других гуманитарных наук;
- определить технологические аспекты управления имиджем на персональном и корпоративном уровнях;
- овладеть знаниями об особенностях формирования имиджа, условиях и принципах его построения.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

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

Общая и социальная психология
 Цветоведение
 Специальный рисунок
 Деловая этика
 Технология укладки
 Системный подход в современном научном мировоззрении
 Моделирование образа
 История искусств
 Формообразование
 Профессионально-педагогические коммуникации
 История и теория дизайна с методикой преподавания
 Профессионально-педагогические технологии

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: теоретические аспекты, типологию, виды и структуру имиджа, психологические механизмы формирования имиджа.
Уметь: выявлять национальные особенности построения имиджа и понимать скрытые процессы управления имиджем.
Владеть: навыками психологического анализа механизмов и компонентов индивидуального и 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
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Введение в имиджологию	4				
Тема 1. Психология формирования имиджа как научная дисциплина Цели и задачи дисциплины. Место и роль имиджологии в ряду современных наук.		0,5		6	ИЛ
Тема 2. Предмет и задачи имиджологии Возникновение имиджологии как науки. Функции, объект и предмет имиджологии. Уровни имиджологии как науки. Имиджология как часть современного человекознания.		0,5		6	ИЛ
Тема 3. Инструментарий имиджологии Позиционирование как инструмент имиджологии. Техники позиционирования. Манипулирование, пути и способы. Вербализация и детализация как инструмент имиджологии.		1		6	

Раздел 2. Имидж как основа имиджологии					
Тема 4. Понятие имиджа. Имидж как категория науки. Виды и классификация имиджа. Структурные составляющие имиджа. Национальные особенности возникновения имиджа		1		7	ИЛ
Тема 5. Функциональные характеристики имиджа Ценностные и технологические функции имиджа. Функции идентификации, идеализации и противопоставления. Коммуникативная, эстетическая и адресная функции имиджа.		1		7	ИЛ
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4		32	
Консультации и промежуточная аттестация - нет		0			
Раздел 3. Формирование имиджа в различных профессиональных средах					
Тема 6. Особенности формирования имиджа в экономической среде. Практическое занятие: Стратегии формирования имиджа в бизнес среде.		0,5	1	12	ИЛ
Тема 7. Особенности формирования имиджа в среде шоу-бизнеса. Практическое занятие: Построение имиджа в шоу – бизнесе.	5	0,5	1	12	ГД
Тема 8. Особенности формирования имиджа в политической среде. Практическое занятие: Методы создания имиджа в политике.		0,5	1	12	ГД
Раздел 4. Технологии имиджологии					
Тема 9. Социальные эффекты восприятия имиджа Социальный стереотип и его формы. Аттракция, ассертивность и фасцинация как способы управления впечатлением. Практическое занятие: Внешний вид, поведение и стиль как источники информации о субъекте.		0,5	1	12	ГД
Тема 10. Управление индивидуальным имиджем Вербальные и невербальные коммуникации. Позиции самопрезентации. Методологические основы работы с клиентом для создания индивидуального имиджа Практическое занятие: Принципы работы над имиджем клиента.		0,5	1	13	ИЛ
Тема 11. Физиогномика, цвет и язык тела как структурные элементы имиджа Физиогномика как наука. Особенности физиогномического описания и анализа. Типы цветовой символики. Роль цвета и стиля одежды в корпоративной культуре и быту. Язык тела как источник информации и один из каналов коммуникации. Практическое занятие: Психологические особенности цветовосприятия.		0,5	1	13	ИЛ

Тема 12. Управление корпоративным имиджем Понятие о корпорации. Виды корпоративного имиджа. Элементы корпоративного имиджа. Правила создания концепции корпоративного имиджа. Уровни культуры организации коллектива. Факторы, определяющие социально- психологический климат коллектива. Практическое занятие: Создание концепции корпоративного имиджа компании.		1	2	13	ИЛ
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4	8	87	
Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)		2,5		6,5	
Всего контактная работа и СР по дисциплине		18,5		125,5	

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
ПК-2	Раскрывает теоретические аспекты формирования имиджа, характеризует структуру и функции имиджа, выделяет виды и компоненты имиджа. Описывает психологические механизмы формирования имиджа. Выявляет особенности построения имиджа в различных профессиональных средах. Выделяет и характеризует компоненты индивидуального и корпоративного имиджа.	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)	Ответ полный, развернутый с использованием дополнительных источников информации. Подход к материалу ответственный и нестандартный.	не предусмотрено
4 (хорошо)	Ответ полный, основанный на проработке всех обязательных источников информации. Подход к материалу ответственный, но стандартный. Ответ стандартный в целом качественный, основан на всех обязательных источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки.	не предусмотрено

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 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.	не предусмотрено
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).	не предусмотрено

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
Курс 5	
1	Место и роль имиджологии в ряду современных наук
2	Возникновение имиджологии как науки.
3	Уровни имиджологии как науки. Имиджология как часть современного человекознания
4	Функции, объект и предмет имиджологии
5	Инструментарий имиджологии
6	Понятие имиджа. Имидж как категория науки.
7	Виды и классификация имиджа
8	Социальный стереотип и его формы.
9	Формирование имиджа в различных профессиональных средах
10	Управление индивидуальным имиджем
11	Физиогномика, цвет и язык тела как структурные элементы имиджа
12	Управление корпоративным имиджем
13	Понятие о корпорации. Виды корпоративного имиджа. Элементы корпоративного имиджа.
14	Правила создания концепции корпоративного имиджа. Уровни культуры организации коллектива.
15	Факторы, определяющие социально-психологический климат коллектива.
16	Особенности формирования имиджа в экономической среде.
17	Стратегии формирования имиджа в бизнес среде.
18	Построение имиджа в шоу – бизнесе.
19	Методы создания имиджа в политике.
20	Социальный стереотип и его формы.
21	Внешний вид, поведение и стиль как источники информации о субъекте.
22	Структурные составляющие имиджа. имиджа
23	Национальные особенности возникновения
24	Функциональные характеристики имиджа

5.2.2 Типовые тестовые задания

не предусмотрены

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Проанализировать габитарный имидж Персоны (по выбору преподавателя)
Проанализировать кинетический имидж Персоны (по выбору преподавателя)
Проанализировать речевой имидж Персоны (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

Экзамен проходит в традиционной форме.

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 отечественного шоу-бизнеса	Москва: Научный консультант	2017	http://www.iprbookshop.ru/75142.html
Белобрагин, В. В.	Психология имиджа	Москва: Научный консультант	2018	http://www.iprbookshop.ru/80797.html
Андреева, С. В.	Имиджелогия	Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры	2017	http://www.iprbookshop.ru/76333.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Хакамада, И.	В предвкушении себя: от имиджа к стилю	Москва: Альпина Паблишер	2024	https://www.iprbookshop.ru/137990.html
Смирнова В. В.	Имиджелогия	СПб.: СПбГУПТД	2017	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2017377
Головлева, Е. Л., Грибок, Н. Н., Мухаев, Р. Т.	Молодежная имиджелогия	Москва: Московский гуманитарный университет	2015	http://www.iprbookshop.ru/74708.html
Патрахина, Т. Н., Вялкова, К. С., Терещенко, Н. В.	Инструкция молодого специалиста. Как сформировать профессиональный имидж в социальной сети «ВКонтакте»	Нижневартонск: Нижневартонский государственный университет	2020	https://www.iprbookshop.ru/118978.html
Воржецов, А. Г., Токарева, О. В.	Конструирование имиджа женщин-парламентариев в современной России	Казань: Издательство КНИТУ	2022	https://www.iprbookshop.ru/129239.html

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс] — Режим доступа: (<http://www.iprbookshop.ru>).

Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД [Электронный ресурс] — Режим доступа: (<http://publish.sutd.ru>)

Журнал моды [Электронный ресурс] — Режим доступа: (<https://fashion-in-city.ru/articles/category/spravochnik>)

Большой психологический словарь [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://psychological.slovaronline.com/>

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