Учреждение образования
«Белорусский государственный университет
культуры и искусств»

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор БГУКИ
_____А. А. Корбут
«____»_____ 2016 г.
Регистрационный № УД-___/уч.

ИМИДЖЕЛОГИЯ

*Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности
1-23 01 14 Социально-культурная деятельность*

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

2016

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта высшего образования ОСВО 1-23 01 14-2013 и учебного плана по специальности 1-23 01 14 Социально-культурная деятельность, рег. № Е23-1-16/13 уч. от 27.06.2013

СОСТАВИТЕЛЬ

Н. В. Самерсова, профессор кафедры педагогики социально-культурной деятельности учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат педагогических наук, доцент

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

В. Н. Наумчик, профессор кафедры информационных технологий в образовании учреждения образования «Республиканский институт профессионального образования», доктор педагогических наук, профессор;

Ю. В. Мицкевич, доцент кафедры межкультурных коммуникаций учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат педагогических наук, доцент

РЕКОМЕНДОВАНО К УТВЕРЖДЕНИЮ:

кафедрой педагогики социально-культурной деятельности учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол № 1 от 31. 08. 2015 г.);

президиумом научно-методического совета учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол № 4 от 24.04.2016 г.)

Ответственный за редакцию: В. Б. Кудласевич
Ответственный за выпуск: Н. В. Самерсова

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа по дисциплине «Имиджелогия» рассчитана на подготовку специалистов социокультурной сферы, чья профессиональная деятельность связана с активной работой в социуме. «Имиджелогия» как инновационная научно-технологическая дисциплина носит проблемный и прикладной характер, интегрирует в себе большое количество научных дисциплин гуманитарного, искусствоведческого и естественного циклов. Изучение дисциплины логично переплетается с такими предметами, как «Технология социально-культурной деятельности», «Теория и практика PR», «Психология творческого развития», «Менеджмент социокультурной деятельности» и др. Данная отрасль теоретико-прикладного знания помогает людям выстраивать достойные отношения в различных социумах, высвечивать личностно-деловые качества, умело затенять недостатки субъекта, обретать морально-психологическую уверенность в общении. Учебная дисциплина помогает вооружить будущих специалистов социокультурной сферы знаниями теоретических основ, основных механизмов и методов формирования имиджа, технологиями самопрезентации, а также навыками и умениями их эффективного использования в процессе профессиональной деятельности выпускников. Освоение учебной программы по дисциплине «Имиджелогия» поможет студентам обеспечить формирование ряда академических, социально-личностных и профессиональных компетенций (владеть навыками устной и письменной коммуникации; быть способным рождать новые идеи; уметь работать в команде и владеть способностями межличностной коммуникации; приобщать различные группы населения и отдельных индивидов к процессу формирования собственного имиджа).

Цель учебной дисциплины – раскрыть закономерности, управляющие функционированием имиджа в различных сферах общественной жизни; сформировать у студентов представления о применении теоретических положений и практических методов имиджирования в социокультурной сфере.

Задачи дисциплины:

– представить теоретические основы имиджелогии;

– проанализировать теоретико-прикладные аспекты разработки и поддержания имиджа;

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

– раскрыть алгоритмы формирования эффективного имиджа (персонального, корпоративного и т. п.);

– показать возможности имиджелогии для построения и управления имиджем в профессиональной сфере деятельности, а также создания собственного образа и повышения его эффективности.

В процессе изучения дисциплины студенты должны *знать:*

– основные теоретические подходы к проблеме имиджа, его функции и принципы;

– сущность имиджа, его структуру и роль в различных сферах общественных отношений, в современном бизнесе, политике, культуре, в повседневной жизни;

– социально-психологические механизмы формирования имиджа.

Студенты должны *уметь*:

– определять профиль аудитории, личности, организации;

– разрабатывать тактику формирования имиджа организации, личности, социокультурного продукта;

– решать имиджевые задачи с помощью инструментария имиджелогии;

– работать с научной литературой, вести дискуссию по основным проблемам имиджелогии, применять достижения смежных гуманитарных наук для разработки имиджеведческой проблематики.

Студенты должны *владеть:*

– терминологией и основными понятиями дисциплины «Имиджелогия»;

– технологиями персонального и корпоративного имиджирования;

– навыками самопрезентации для использования внутренних возможностей личности в саморазвитии.

Учебным планом на изучение учебной дисциплины «Имиджелогия» всего предусмотрено 68 часов, из которых 36 часов – аудиторные занятия. Примерное распределение аудиторных часов по видам занятий: 16 часов – лекции, 20 часов – практические.

Рекомендованная итоговая форма контроля – зачет.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Введение в имиджелогию.
Имиджелогия: сущность и специфика учебного предмета

Истоки имиджелогии. Имиджелогия – отрасль современного человековедения. Имиджелогия в комплексе наук. Философия имиджелогии. Определение понятия имиджелогии, образа, облика. Предмет и проблемы научного анализа имиджелогии, ее место в системе научного знания. Структура имиджелогического знания. Принципы имиджелогии.

Тема 2. Теоретические аспекты имиджа:
сущность, атрибуты, функции

Роль имиджа в истории культуры. Динамика представлений об имидже. Имидж как научное понятие. Имидж как система. Составляющие элементы системы. Структурный подход к формированию имиджа. Приоритетные функции имиджа (ценностные, технологические). Сущность и атрибуты имиджа. Классификация имиджей. Критерии классификации имиджа.

Тема 3. Социально-психологические закономерности
формирования и функционирования имиджа

Роль механизмов социально-психологического влияния в процессе формирования имиджа. Закономерности формирования и функционирования имиджа. Формирование имиджа в среде массовой коммуникации. Когнитивный, аффективный и поведенческий компоненты имиджа. Сознательный и бессознательные уровни функционирования имиджа. Ключевые имиджевые характеристики объекта. Проблема объекта и субъекта имиджа. Малая, средняя и большая социальные группы как аудитория имиджа. Массовая аудитория имиджа. Управление имиджем.

Тема 4. Виды и типология имиджа

Виды объектов имиджа: личность, организация, группа, товар (торговая марка). Профессиональный имидж. Имидж как составная часть культуры делового общения. Особенности имиджа образовательного учреждения. Имидж политической власти. Имидж государственной службы. Типологии по области применения: бизнес, реклама, шоу-бизнес. Имидж семьи:

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

слагаемые родительского имиджа. Имидж педагога. Имидж телефонного общения. Оптимальная структура имиджа. Психодинамика имиджа.

Тема 5. Механизмы влияния в процессе формирования имиджа

Внешняя и внутренняя мотивации по созданию имиджа. Имидж, ориентированный на самоощущение, и имидж, ориентированный на восприятие. Коммуникационная модель формирования имиджа. Каналы передачи информации. Тройственное понимание субъекта имиджа: субъект воспринимающий (аудитория), субъект транслирующий (прообраз) и субъект формирующий (имиджмейкер). Формирование имиджа как создание социальной реальности в сознании людей. Когнитивные процессы в основе формирования имиджа. Социальные стереотипы и установки. Ошибки восприятия: их предупреждение и преодоление. Реклама и паблик рилейшнз как средство формирования образа социальных объектов.

Тема 6. Современные коммуникативные и имиджевые технологии

Основные закономерности формирования имиджа. Виды имиджирующей информации. Влияние подсознательной информации на возникновение имиджа. Прямая и косвенная информация. Принципы технологии формирования имиджа. Критерии выбора модели поведения. Коммуникативные стратегии. Техники создания образа. Стереотипизация. Типизация, позиционирование, имиджевая символика. Мифологизация имиджа. Модели визуальной коммуникации. Методы формирования позитивного отношения. Способы продвижения имиджа. Критерии и показатели эффективности формирования имиджа. Роль PR-службы в формировании позитивного имиджа.

Тема 7. Персональная имиджелогия: стратегия и тактика построения

Типологии личности как основа для оценки имиджевой предрасположенности. Факторы восприятия личности в общественном сознании. Самоопределение в персональном имидже. Использование психодиагностики для создания психологического портрета личности. Критерии эффективности персональ-

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

ного имиджа. Алгоритмы формирования персонального имиджа. Тело, лицо, поведение человека как объект его имиджа. Закономерности зрительного восприятия лица, фигуры человека. Характеристика стилей одежды. Развитие способностей по диагностике и экспрессии эмоционального состояния. Технологии управления персональным имиджем. Эффективная самопрезентация. Социально-психологический тренинг имиджевых качеств личности.

Тема 8. Корпоративная имиджелогия: стратегия и тактика построения

Понятие корпоративного имиджа. Структура и имидж организации. Имидж в контексте корпоративной философии и культуры. Внешний и внутренний имидж. Связь внутреннего имиджа с корпоративной культурой. Стратегии формирования имиджа организации. Фирменный стиль как средство визуализации корпоративного имиджа. Имидж товара, продукта, услуги. Критерии эффективного имиджа организации. Имидж лидера и персонала. Компоненты имиджа руководителя: личностный, социальный, профессиональный. Основные мероприятия по совершенствованию имиджа.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ИМИДЖЕЛОГИЯ»

Название темы	Количество аудиторных часов		Количество часов УСР	Форма контроля знаний
	лекции	практические занятия		
Тема 1. Введение в имиджелогию. Имиджелогия: сущность и специфика учебного предмета	2		2	реферат
Тема 2. Теоретические аспекты имиджа: сущность, атрибуты, функции	2		2	коллоквиум
Тема 3. Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа	2	2		
Тема 4. Виды и типология имиджа	2	6		
Тема 5. Механизмы влияния в процессе формирования имиджа	2		2	доклады
Тема 6. Современные коммуникативные и имиджевые технологии	2		2	ответы на вопросы
Тема 7. Персональная имиджелогия: стратегия и тактика построения		4		
Тема 8. Корпоративная имиджелогия: стратегия и тактика построения		4		
Всего…	**12**	**16**	**8**	

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Литература

Основная

1. *Волкова, В. В.* Имиджелогия : учеб.-метод. пособие / В. В. Волкова. – Ставрополь : СевКавГГУ, 2005. – 168 с.

2. *Горчакова, В. Г.* Прикладная имиджелогия: учеб. пособие для студентов вузов / В. Г. Горчакова. – М. : Акад. проект, 2007. – 400 с.

3. Имиджелогия. Как нравиться людям : учеб. пособие / В. М. Шепель, Я. С. Турбовская, Н. Ф. Метленков [и др.]. – М. : Нар. образование, 2002. – 576 с.

4. *Ковальчук, А. С.* Основы имиджелогии и делового общения: учеб. пособие для студентов вузов по спец. «социал.-культур. деятельность» / А. С. Ковальчук. – Ростов н/Д : Феникс, 2007. – 282 с.

5. *Михайлец, Г. П.* Практическая имиджелогия : управляй своей репутацией! / Г. П. Михайлец. – М. : Вершина, 2008. – 200 с.

6. *Панасюк, А. Ю.* Имидж : энцикл. словарь / А. Ю. Панасюк. – М. : РИПОЛ классик, 2007. – 768 с.

7. *Перелыгина, Е. Б.* Психология имиджа / Е. Б. Перелыгина. – М. : Аспект Пресс, 2002. – 223 с.

8. *Шарков, Ф. И.* Имидж фирмы: технологии управления: учеб. пособие для студентов / Ф. И. Шарков. – М. : Акад. проект, 2006. – 272 с.

9. *Шепель, В. М.* Имиджелогия – основа профессиональной компетентности имиджмейкера / В. М. Шепель // Репутациология. – 2010. – № 5. – С. 5–14.

10. *Ушакова, Н. В.* Имиджелогия: учеб. пособие для студентов / Н. В. Ушакова, А. Ф. Стрижова. – М. : Дашков и К, 2011. – 280 с.

Дополнительная

1. *Гаджиев, К. С.* Имидж как инструмент культурной гегемонии / К. С. Гаджиев // Мировая экономика и международные отношения. – 2007. – № 12. – С. 3–14.

2. *Горбушина, О.* Имидж педагога / О. Горбушина // Шк. психолог: прил. к газ. «Первое сент.». – 2011. – № 8. – С. 10–12.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

3. Горчакова, В. Г. Имидж: розыгрыш или код доступа? / В. Г. Горчакова. – Ростов н/Д. : Феникс, 2011. – 252 с.

4. Камышева, Е. Ю. Педагогический имидж учителя / Е. Ю. Камышева // Изв. Урал. гос. ун-та. – 2009. – Сер. 1. – № 4 (68). – С. 48–53.

5. Петрова, Е. А. Имидж и его изучение в современной науке / Е. А. Петрова // Экономика и предпринимательство. – 2007. – № 1. – С. 31–43.

6. Черемушникова, И. К. Имиджелогия: сверхновая наука или отрасль существующих наук? / И. К. Черемушникова // Философия социальных коммуникаций. – 2011. – № 3. – С. 153–160.

7. Шибаева, С. В. 12 секретов имиджа преуспевающих женщин / С. В. Шибаева. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 2003. – 256 с.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

Перечень используемых средств диагностики результатов учебной деятельности по дисциплине «Имиджелогия»

Для выявления уровня учебных достижений студентов рекомендуется использовать диагностический инструментарий, который имеет разноуровневый характер и реализуется комплексно. В качестве таких средств контроля и оценки знаний по дисциплине «Имиджелогия» могут использоваться:

1) ответы на вопросы во время практических занятий;
2) составление рефератов (эссе) по темам дисциплины;
3) выступление с докладами на практических занятиях по избранным темам;
4) подготовка мультимедийных презентаций.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

Методические рекомендации
по организации самостоятельной работы студентов

Задания и контрольные мероприятия управляемой самостоятельной работы студентов

Тема	Кол-во часов	Форма предоставления
Тема 1. Введение в имиджелогию. Имиджелогия: сущность и специфика учебного предмета Подготовить реферат по одной из следующих тем: 1. Истоки имиджелогии. 2. Имидж и его изучение в современной науке. 3. Антропологическая основа имиджелогии. 4. Определение понятия имиджелогии, образа, облика. 5. Предмет и проблемы научного анализа имиджелогии, ее место в системе научного знания. 6. Структура имиджелогического знания. 7. Имиджелогия и ее место в теории и практике социокультурной деятельности. 8. Критерии и показатели эффективности формирования имиджа специалиста социокультурной сферы. 9. Основные виды имиджирования в системе социально-культурной деятельности.	2	подготовка реферата
Тема 2. Теоретические аспекты имиджа: сущность, атрибуты и функции Подготовить ответы на вопросы коллоквиума: 1. Роль имиджа в истории культуры. Динамика представлений об имидже. 2. Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа. 3. Роль механизмов социально-психологического влияния в процессе формирования имиджа. 4. Профессиональный портрет специалиста по имиджу.	2	коллоквиум

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

5. Содержание профессиональной деятельности имиджмейкера как специалиста в сфере прикладной имиджелогии.		
Тема 5. Механизмы влияния в процессе формирования имиджа Подготовить доклад на одну из представленных тем: Предлагаемые темы докладов: 1. Потребности как психологические предпосылки возникновения индустрии имиджа. 2. Коммуникационная модель формирования имиджа. Каналы передачи информации. 3. Формирование имиджа как создание социальной реальности в сознании людей. 4. Когнитивные процессы в основе формирования имиджа. 5. Учет социальных стереотипов и установок в процессе формирования имиджа. 6. Ошибки восприятия: их предупреждение и преодоление в процессе формирования имиджа.	2	подготовить доклад
Тема 6. Современные коммуникативные и имиджевые технологии Предлагаемые вопросы: 1. Назовите основные закономерности формирования имиджа. 2. Представьте виды имиджирующей информации. 3. Покажите влияние подсознательной информации на возникновение имиджа. 4. В чем состоит прямая и косвенная информация о человеке? 5. Назовите основные принципы формирования имиджа. 6. Перечислите известные вам техники создания образа. 7. Что такое «стереотипизация», «типизация», «позиционирование», «имиджевая символика»? 8. В чем суть основных методов формирования позитивного отношения? 9. Назовите способы продвижения имиджа. 10. Представьте критерии и показатели эффективности формирования имиджа.	2	ответы на вопросы

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

Учебное издание

ИМИДЖЕЛОГИЯ

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности
1-23 01 14 Социально-культурная деятельность

Корректор В. Б. Кудласевич
Технический редактор Л. Н. Мельник

Подписано в печать 2016. Формат 60x84 $^{1}/_{16}$.
Бумага офисная. Ризография.
Усл. печ. л. 0,82. Уч.-изд. л. 0,42. Тираж экз. Заказ .

Издатель и полиграфическое исполнение:
Учреждение образования
«Белорусский государственный университет культуры и искусств».
Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,
распространителя печатных изданий № 1/177 от 12.02.2014.
ЛП № 02330/456 от 23.01.2014.
Ул. Рабкоровская, 17, 220007, г. Минск.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ