

**Министерство науки и высшего образования РФ**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Национальный исследовательский университет «МЭИ»**

---

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Наименование образовательной программы: Реклама и продвижение СМИ

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: Заочная

**Рабочая программа дисциплины**  
**ИМИДЖМЕЙКИНГ**

<b>Блок:</b>	<b>Блок 1 «Дисциплины (модули)»</b>
<b>Часть образовательной программы:</b>	<b>Часть, формируемая участниками образовательных отношений</b>
<b>№ дисциплины по учебному плану:</b>	<b>Б1.Ч.04.01.01</b>
<b>Трудоемкость в зачетных единицах:</b>	<b>5 семестр - 5;</b>
<b>Часов (всего) по учебному плану:</b>	<b>180 часов</b>
<b>Лекции</b>	<b>5 семестр - 8 часов;</b>
<b>Практические занятия</b>	<b>5 семестр - 8 часов;</b>
<b>Лабораторные работы</b>	<b>не предусмотрено учебным планом</b>
<b>Консультации</b>	<b>5 семестр - 2 часа;</b>
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>5 семестр - 160,2 часа;</b>
<b>в том числе на КП/КР</b>	<b>не предусмотрено учебным планом</b>
<b>Иная контактная работа</b>	<b>5 семестр - 1,5 часа;</b>
<b>включая:</b> <b>Контрольная работа</b> <b>Эссе</b> <b>Тестирование</b>	
<b>Промежуточная аттестация:</b>	
<b>Зачет с оценкой</b>	<b>5 семестр - 0,3 часа;</b>

**Москва 2021**

## ПРОГРАММУ СОСТАВИЛ:

Преподаватель

(должность)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Веселов А.А.
	Идентификатор	R29a5051c-VeselovAIA-96f1d661

(подпись)

А.А. Веселов

(расшифровка подписи)

## СОГЛАСОВАНО:

Руководитель  
образовательной программы

(должность, ученая степень, ученое звание)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Веселов А.А.
	Идентификатор	R29a5051c-VeselovAIA-96f1d661

(подпись)

А.А. Веселов

(расшифровка подписи)

Заведующий выпускающей  
кафедры

(должность, ученая степень, ученое звание)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Гаврилова Ю.В.
	Идентификатор	R87aa858f-GavrilovaYV-cb2050d5

(подпись)

Ю.В.

Гаврилова

(расшифровка подписи)

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель освоения дисциплины:** формирование профессиональной компетентности в предметной области имиджмейкинга, что обеспечивает основу для ее применения как в частной практике, так и в ситуации участия в крупномасштабных имиджевых проектах

### Задачи дисциплины

- освоение комплексного представления социальной роли имиджелогии;
- освоение основных подходов к проблеме имиджа, функций, методов и принципов формирования имиджа в различных аспектах;
- конструирование разнообразных сфер социального общения, а также продемонстрировать;
- развитие у студентов потребности творчески совершенствовать себя в личностном аспекте.

Формируемые у обучающегося **компетенции** и запланированные **результаты обучения** по дисциплине, соотнесенные с **индикаторами достижения компетенций**:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
ПК-3 способен организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ	ИД-1 <sub>ПК-3</sub> Подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ	знать: - современные теории и инструменты имиджмейкинга.  уметь: - Выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями.
ПК-3 способен организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ	ИД-3 <sub>ПК-3</sub> Составление и заключение договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах	уметь: - выявлять технологии решения имиджевых проблем как на корпоративном, так и на персональном уровне; - анализировать и интерпретировать информацию о базисном субъекте.
ПК-3 способен организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ	ИД-5 <sub>ПК-3</sub> Организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях	уметь: - разрабатывать и осуществлять имиджевые кампании.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВО

Дисциплина относится к основной профессиональной образовательной программе Реклама и продвижение СМИ (далее – ОПОП), направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, уровень образования: высшее образование - бакалавриат.

Базируется на уровне среднего общего образования.

Результаты обучения, полученные при освоении дисциплины, необходимы при выполнении выпускной квалификационной работы.

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### 3.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов.

№ п/п	Разделы/темы дисциплины/формы промежуточной аттестации	Всего часов на раздел	Семестр	Распределение трудоемкости раздела (в часах) по видам учебной работы										Содержание самостоятельной работы/ методические указания	
				Контактная работа							СР				
				Лек	Лаб	Пр	Консультация		ИКР		ПА	Работа в семестре	Подготовка к аттестации /контроль		
КПР	ГК	ИККП	ТК												
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
1	Имидж	32.6	5	1.0	-	4	-	0.4	-	0.2	-	27	-	<p><b><u>Подготовка к текущему контролю:</u></b> Работа ориентирована на изучение литературных источников, конспектирование основных данных, прохождение пробных тестов по учебному материалу</p> <p><b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [2], стр. 115-126 [3], стр. 98-112</p>	
1.1	История, понятия и виды имиджа	17.8		0.5	-	2	-	0.2	-	0.1	-	15	-		
1.2	Модели корпоративного имиджа организации	14.8		0.5	-	2	-	0.2	-	0.1	-	12	-		
2	Анализ имиджа организации	33.6		2	-	1.0	-	0.4	-	0.2	-	30	-		<p><b><u>Подготовка к текущему контролю:</u></b> Работа ориентирована на изучение литературных источников, конспектирование основных данных, прохождение пробных тестов по учебному материалу</p> <p><b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [1], стр. 50-59</p>
2.1	Методы анализа внешнего имиджа	17.8		1	-	0.5	-	0.2	-	0.1	-	16	-		
2.2	Методы анализа внутреннего имиджа	15.8		1	-	0.5	-	0.2	-	0.1	-	14	-		
3	Модели персонального имиджа	33.6		2	-	1.0	-	0.4	-	0.2	-	30	-		<p><b><u>Подготовка к текущему контролю:</u></b> Работа ориентирована на изучение литературных источников, конспектирование основных данных, прохождение пробных тестов по учебному материалу</p> <p><b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [2], стр. 93-108</p>
3.1	Характеристики имиджа	16.8		1	-	0.5	-	0.2	-	0.1	-	15	-		
3.2	Модель многосложного имиджа	16.8		1	-	0.5	-	0.2	-	0.1	-	15	-		
4	Политический имидж и имидж органов государственной	31.7		2	-	1.0	-	0.4	-	0.3	-	28	-		<p><b><u>Подготовка к текущему контролю:</u></b> Работа ориентирована на изучение литературных источников, конспектирование основных</p>

	власти												данных, прохождение пробных тестов по учебному материалу
4.1	Политический имидж	13.9	1	-	0.5	-	0.2	-	0.2	-	12	-	<b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [4], стр. 78-86
4.2	Имидж органов государственной власти	17.8	1	-	0.5	-	0.2	-	0.1	-	16	-	
5	Публичные выступления и технология самопрезентации	30.5	1.0	-	1.0	-	0.4	-	0.6	-	27.5	-	<b><u>Подготовка к текущему контролю:</u></b> Работа ориентирована на изучение литературных источников, конспектирование основных данных, прохождение пробных тестов по учебному материалу <b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [4], стр. 50-56
5.1	Публичные выступления	13.6	0.5	-	0.5	-	0.2	-	0.4	-	12	-	
5.2	Технология самопрезентации	16.9	0.5	-	0.5	-	0.2	-	0.2	-	15.5	-	
	Зачет с оценкой	18.0	-	-	-	-	-	-	-	0.3	-	17.7	
	<b>Всего за семестр</b>	<b>180.0</b>	<b>8.0</b>	-	<b>8.0</b>	-	<b>2.0</b>	-	<b>1.5</b>	<b>0.3</b>	<b>142.5</b>	<b>17.7</b>	
	<b>Итого за семестр</b>	<b>180.0</b>	<b>8.0</b>	-	<b>8.0</b>	<b>2.0</b>		<b>1.5</b>	<b>0.3</b>		<b>160.2</b>		

**Примечание:** Лек – лекции; Лаб – лабораторные работы; Пр – практические занятия; КПр – аудиторные консультации по курсовым проектам/работам; ИККП – индивидуальные консультации по курсовым проектам/работам; ГК- групповые консультации по разделам дисциплины; СР – самостоятельная работа студента; ИКР – иная контактная работа; ТК – текущий контроль; ПА – промежуточная аттестация

## 3.2 Краткое содержание разделов

### 1. Имидж

#### 1.1. История, понятия и виды имиджа

Корпоративный имидж. Персональный имидж. Профессиональный имидж. Политический имидж.

#### 1.2. Модели корпоративного имиджа организации

Имидж товара (услуги). Имидж потребителей товара или услуг. Внутренний имидж организации. Имидж основателя и/или основных руководителей организации. Имидж персонала. Визуальный имидж организации. Социальный имидж организации. Бизнес-имидж организации.

### 2. Анализ имиджа организации

#### 2.1. Методы анализа внешнего имиджа

Среди качественных методов наиболее популярны: 1) Фокус-группы (фокусированное групповое интервью); 2) Индивидуальное слабоструктурированное интервью (глубинное).

#### 2.2. Методы анализа внутреннего имиджа

Для анализа имиджа организации важно изучить все его элементы, используя разные методики. Выбор того или иного метода анализа имиджа зависит от типа исследуемых факторов: для изучения внутреннего имиджа организации целесообразно использовать психологические методы, а для изучения внешнего имиджа – маркетинговые качественные и количественные методы.

### 3. Модели персонального имиджа

#### 3.1. Характеристики имиджа

Персональные характеристики. Социальные характеристики. Символические характеристики.

#### 3.2. Модель многосложного имиджа

Имидж среды обитания. Деловой имидж. Габитарный. Вербальный имидж–мнение. Невербальный, поведенческий имидж.

### 4. Политический имидж и имидж органов государственной власти

#### 4.1. Политический имидж

Политический имидж выделяется в отдельную ветвь и определяется как научное направление, призванное разрабатывать и использовать теорию и практику формирования имиджа политических деятелей (например, имиджа президента страны), политических организаций (например, имиджа политического объединения) и политических систем (например, имиджа систем с рыночной экономикой).

#### 4.2. Имидж органов государственной власти

Политический имидж партий РФ и средства формирования. Особенности и средства формирования имиджа органов государственной власти и местного самоуправления. Особенности и средства формирования имиджа государства и территории в составе

государства. Роль имиджа политического лидера в избирательном процессе различного уровня.

### 5. Публичные выступления и технология самопрезентации

#### 5.1. Публичные выступления

Речь – это не только средство передачи информации и основа коммуникативного контакта. Речь в любом ее проявлении (устная или письменная) характеризует своего адресанта.

#### 5.2. Технология самопрезентации

Визитная карточка. Резюме как самопрезентация. Самореклама. Вербальная составляющая в самопрезентации. Коммуникативная механика самопрезентации. Визуальный имидж личности.

### **3.3. Темы практических занятий**

1. Деловой имидж;
2. Резюме как самопрезентация;
3. Политический имидж партий РФ и средства формирования;
4. Имидж товара (услуги).

### **3.4. Темы лабораторных работ**

не предусмотрено

### **3.5 Консультации**

#### Групповые консультации по разделам дисциплины (ГК)

1. Рассмотрение особенностей корпоративного имиджа и имиджа товара
2. Рассмотрение особенностей методов анализа внешнего и внутреннего имиджа
3. Рассмотрение особенностей имиджа среды обитания
4. Рассмотрение особенностей политического имиджа и политических выступлений
5. Рассмотрение особенностей публичных выступлений и технологии самопрезентации

### **3.6 Тематика курсовых проектов/курсовых работ**

Курсовой проект/ работа не предусмотрены



### 3.7. Соответствие разделов дисциплины и формируемых в них компетенций

Запланированные результаты обучения по дисциплине (в соответствии с разделом 1)	Коды индикаторов	Номер раздела дисциплины (в соответствии с п.3.1)					Оценочное средство (тип и наименование)
		1	2	3	4	5	
<b>Знать:</b>							
современные теории и инструменты имиджмейкинга	ИД-1 <sub>ПК-3</sub>					+	Тестирование/Самопрезентация и публичные выступления
<b>Уметь:</b>							
Выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями	ИД-1 <sub>ПК-3</sub>				+		Эссе/Публичные выступления и медийные личности
анализировать и интерпретировать информацию о базисном субъекте	ИД-3 <sub>ПК-3</sub>			+			Контрольная работа/Модели персонального имиджа
выявлять технологии решения имиджевых проблем как на корпоративном, так и на персональном уровне	ИД-3 <sub>ПК-3</sub>		+				Контрольная работа/Методы внешнего и внутреннего имиджа
разрабатывать и осуществлять имиджевые кампании	ИД-5 <sub>ПК-3</sub>	+					Контрольная работа/Виды имиджа

## **4. КОМПЕТЕНТНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ)**

### **4.1. Текущий контроль успеваемости**

#### **5 семестр**

Форма реализации: Компьютерное задание

1. Самопрезентация и публичные выступления (Тестирование)

Форма реализации: Письменная работа

1. Виды имиджа (Контрольная работа)
2. Методы внешнего и внутреннего имиджа (Контрольная работа)
3. Модели персонального имиджа (Контрольная работа)
4. Публичные выступления и медийные личности (Эссе)

Балльно-рейтинговая структура дисциплины является приложением А.

### **4.2 Промежуточная аттестация по дисциплине**

*Зачет с оценкой (Семестр №5)*

Оценка определяется по совокупности результатов текущего контроля успеваемости в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе для студентов НИУ «МЭИ»

**Примечание:** Оценочные материалы по дисциплине приведены в фонде оценочных материалов ОПОП.

## **5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **5.1 Печатные и электронные издания:**

1. А. В. Кузьмин- "Позиционирование торговых брендов средствами рекламы, роль имиджевой и информационной рекламы", Издательство: "Лаборатория книги", Москва, 2012 - (100 с.)  
[https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140464;](https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140464)
2. В. Г. Горчакова- "Имидж. Искусство и реальность", Издательство: "Юнити", Москва, 2015 - (279 с.)  
[https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115024;](https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115024)
3. В.Г. Горчакова- "Имиджелогия: теория и практика", Издательство: "Юнити-Дана", Москва, 2015 - (335 с.)  
[http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115022;](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115022)
4. Мальханова, И. А. Деловое общение. Уроки речевика- имиджмейкера : учебное пособие для вузов / И. А. Мальханова . – М. : Проспект, 2016 . – 176 с. - ISBN 978-5-392-19854-2 ..

### **5.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:**

1. СДО "Прометей";
2. Office;
3. Windows;
4. Майнд Видеоконференции.

### 5.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

1. ЭБС Лань - <https://e.lanbook.com/>
2. ЭБС "Университетская библиотека онлайн" - [http://biblioclub.ru/index.php?page=main\\_ub\\_red](http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red)
3. Научная электронная библиотека - <https://elibrary.ru/>
4. Электронная библиотека МЭИ (ЭБ МЭИ) - <http://elib.mpei.ru/login.php>
5. Портал открытых данных Российской Федерации - <https://data.gov.ru>
6. База открытых данных Министерства труда и социальной защиты РФ - <https://rosmintrud.ru/opendata>
7. База открытых данных профессиональных стандартов Министерства труда и социальной защиты РФ - <http://profstandart.rosmintrud.ru/obshchiy-informatsionnyy-blok/natsionalnyy-reestr-professionalnykh-standartov/>
8. База открытых данных Министерства экономического развития РФ - <http://www.economy.gov.ru>
9. База открытых данных Росфинмониторинга - <http://www.fedsfm.ru/opendata>
10. Электронная открытая база данных "Polpred.com Обзор СМИ" - <https://www.polpred.com>

### 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тип помещения	Номер аудитории, наименование	Оснащение
Учебные аудитории для проведения лекционных занятий и текущего контроля	Ж-417/6, Белая мультимедийная студия	стол компьютерный, доска интерактивная, компьютерная сеть с выходом в Интернет, мультимедийный проектор, компьютер персональный
	Ж-417/7, Световая черная студия	стул, компьютерная сеть с выходом в Интернет, микрофон, мультимедийный проектор, экран, оборудование специализированное, компьютер персональный
Учебные аудитории для проведения практических занятий, КР и КП	Ж-417/1, Компьютерный класс ИДДО	стол преподавателя, стол компьютерный, шкаф для документов, шкаф для одежды, стол письменный, компьютерная сеть с выходом в Интернет, доска маркерная передвижная, компьютер персональный, принтер, кондиционер, стенд информационный
Учебные аудитории для проведения промежуточной аттестации	Ж-417/1, Компьютерный класс ИДДО	стол преподавателя, стол компьютерный, шкаф для документов, шкаф для одежды, стол письменный, компьютерная сеть с выходом в Интернет, доска маркерная передвижная, компьютер персональный, принтер, кондиционер, стенд информационный
Помещения для самостоятельной работы	НТБ-303, Компьютерный читальный зал	стол компьютерный, стул, стол письменный, вешалка для одежды, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный, принтер, кондиционер
Помещения для консультирования	Ж-200б, Конференц-зал ИДДО	стол, стул, компьютер персональный, кондиционер
Помещения для хранения оборудования	Ж-417 /2а, Помещение для	стеллаж для хранения инвентаря, экран, указка, архивные документы, дипломные и

и учебного инвентаря	инвентаря	курсовые работы студентов, канцелярский принадлежности, спортивный инвентарь, хозяйственный инвентарь, запасные комплектующие для оборудования
----------------------	-----------	--

## БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

## Имиджмейкинг

(название дисциплины)

## 5 семестр

**Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:**

- КМ-1 Виды имиджа (Контрольная работа)  
 КМ-2 Методы внешнего и внутреннего имиджа (Контрольная работа)  
 КМ-3 Модели персонального имиджа (Контрольная работа)  
 КМ-4 Публичные выступления и медийные личности (Эссе)  
 КМ-5 Самопрезентация и публичные выступления (Тестирование)

**Вид промежуточной аттестации – Зачет с оценкой.**

Номер раздела	Раздел дисциплины	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4	КМ-5
		Неделя КМ:	3	6	9	12	15
1	Имидж						
1.1	История, понятия и виды имиджа		+				
1.2	Модели корпоративного имиджа организации		+				
2	Анализ имиджа организации						
2.1	Методы анализа внешнего имиджа			+			
2.2	Методы анализа внутреннего имиджа			+			
3	Модели персонального имиджа						
3.1	Характеристики имиджа				+		
3.2	Модель многосложного имиджа				+		
4	Политический имидж и имидж органов государственной власти						
4.1	Политический имидж					+	
4.2	Имидж органов государственной власти					+	
5	Публичные выступления и технология самопрезентации						
5.1	Публичные выступления						+

5.2	Технология самопрезентации					+
	Вес КМ, %:	20	20	20	20	20