

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

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

Москва 2025

ПРОГРАММУ СОСТАВИЛ:

Преподаватель

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Розова А.А.
	Идентификатор	R554ecdd7-RozovaAA-b92e7f36

А.А. Розова

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель
образовательной программы

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

А.А. Веселов

Заведующий выпускающей
кафедрой

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Курилов С.Н.
	Идентификатор	R2f2f52fe-KurilovSN-7d2d7cde

С.Н. Курилов

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-1 Способен продвигать и распространять продукцию средств массовой информации	ИД-2ПК-1 Способен организовывать мероприятия увеличивающие продажи, разрабатывать рекламные компании и рекламную продукцию	знать: - современные теории и инструменты имиджмейкинга. уметь: - выявлять технологии решения имиджевых проблем как на корпоративном, так и на персональном уровне; - разрабатывать и осуществлять имиджевые кампании; - анализировать и интерпретировать информацию о базисном субъекте; - использовать полученные знания в профессиональных ситуациях.

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><u>Подготовка к текущему контролю:</u> Работа ориентирована на изучение литературных источников, конспектирование основных данных, прохождение пробных тестов по учебному материалу</p> <p><u>Изучение материалов литературных источников:</u> [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><u>Подготовка к текущему контролю:</u> Работа ориентирована на изучение литературных источников, конспектирование основных данных, прохождение пробных тестов по учебному материалу</p> <p><u>Изучение материалов литературных источников:</u> [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><u>Подготовка к текущему контролю:</u> Работа ориентирована на изучение литературных источников, конспектирование основных данных, прохождение пробных тестов по учебному материалу</p> <p><u>Изучение материалов литературных источников:</u> [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><u>Подготовка к текущему контролю:</u> 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	-	<u>Изучение материалов литературных источников:</u> [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	-	<u>Подготовка к текущему контролю:</u> Работа ориентирована на изучение литературных источников, конспектирование основных данных, прохождение пробных тестов по учебному материалу <u>Изучение материалов литературных источников:</u> [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	
	Всего за семестр	180.0	8.0	-	8.0	-	2.0	-	1.5	0.3	142.5	17.7	
	Итого за семестр	180.0	8.0	-	8.0	2.0		1.5	0.3		160.2		

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 изучать 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	
Знать:							
современные теории и инструменты имиджмейкинга	ИД-2ПК-1					+	Тестирование/Самопрезентация и публичные выступления
Уметь:							
использовать полученные знания в профессиональных ситуациях	ИД-2ПК-1				+		Эссе/Публичные выступления и медийные личности
анализировать и интерпретировать информацию о базисном субъекте	ИД-2ПК-1			+			Контрольная работа/Модели персонального имиджа
разрабатывать и осуществлять имиджевые кампании	ИД-2ПК-1	+					Контрольная работа/Виды имиджа
выявлять технологии решения имиджевых проблем как на корпоративном, так и на персональном уровне	ИД-2ПК-1		+				Контрольная работа/Методы внешнего и внутреннего 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»

В диплом выставляется оценка за 5 семестр.

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>;
2. В. Г. Горчакова- "Имидж. Искусство и реальность", Издательство: "Юнити", Москва, 2015 - (279 с.)
<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>;
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 / Российский пакет офисных программ;
3. Windows / Операционная система семейства Linux;
4. Видеоконференции (Майнд, Сберджаз, ВК и др).

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
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, Лекционная аудитория	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