

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: Дизайн в рекламе

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: Заочная

Рабочая программа дисциплины
ИМИДЖМЕЙКИНГ

Блок:	Блок 4 «Факультативы»
Часть образовательной программы:	Часть, формируемая участниками образовательных отношений
№ дисциплины по учебному плану:	Б4.Ч.02
Трудоемкость в зачетных единицах:	7 семестр - 2;
Часов (всего) по учебному плану:	72 часа
Лекции	7 семестр - 16 часов;
Практические занятия	7 семестр - 16 часов;
Лабораторные работы	не предусмотрено учебным планом
Консультации	проводится в рамках часов аудиторных занятий
Самостоятельная работа	7 семестр - 39,7 часа;
в том числе на КП/КР	не предусмотрено учебным планом
Иная контактная работа	проводится в рамках часов аудиторных занятий
включая: Тестирование Контрольная работа Реферат	
Промежуточная аттестация:	
Зачет	7 семестр - 0,3 часа;

Москва 2026

ПРОГРАММУ СОСТАВИЛ:

Преподаватель

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Кахальников М.В.
	Идентификатор	R7ecedcd1-KakhalnikovMV-51d2b6

М.В.
Кахальников

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель
образовательной программы

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Вовк М.В.
	Идентификатор	R26eeae99-VovkMV-a261481b

М.В. Вовк

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: Цель освоения дисциплины состоит в изучении основ имиджмейкинга: история имиджа, его современное трактование, типология, инструментарий, специфика в различных сферах деятельности, формы реализации; а также формирование профессиональных компетенций.

Задачи дисциплины

- Рассмотрение основные аспекты профессионального направления «Имиджмейкинг»;
- Приобретение теоретических и практических навыки в области имиджмейкинга для дальнейшего их применения в профессиональной деятельности;
- Научить студентов умению работать и оптимально общаться с людьми, разрешать конфликтные ситуации и способствовать их предотвращению, полнее реализовывать свои способности и таланты в жизнедеятельности..

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 разрабатывать и выбирать оптимальную коммуникационную стратегию и организовывать процесс создания и внедрения дизайн-проектов рекламной продукции на различных стадиях ее реализации	ИД-1 _{ПК-1} Применяет навыки по проектированию основных этапов коммуникационной стратегии	знать: - Инструментарий имиджмейкинга и методики его использования. уметь: - Управлять персональным имиджем.
ПК-1 Способен разрабатывать и выбирать оптимальную коммуникационную стратегию и организовывать процесс создания и внедрения дизайн-проектов рекламной продукции на различных стадиях ее реализации	ИД-2 _{ПК-1} Демонстрирует навыки создания дизайн-проектов рекламной продукции	знать: - Основы науки о построении имиджа для решения профессиональных задач. уметь: - Управлять корпоративным имиджем.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВО

Дисциплина относится к факультативным дисциплинам основной профессиональной образовательной программе Дизайн в рекламе (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 2 зачетных единицы, 72 часа.

№ 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	Основы имиджологии	18.7	7	4	-	4	-	-	-	-	-	10.7	-	<p><u>Подготовка к практическим занятиям:</u> Изучение материала по разделу "Основы имиджологии" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях</p> <p><u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u> Изучение дополнительного материала по разделу "Основы имиджологии"</p> <p><u>Изучение материалов литературных источников:</u> [2], 1-36</p>
1.1	Имидж. История, понятия и виды имиджа	9.7		2	-	2	-	-	-	-	-	5.7	-	
1.2	Виды имиджа.	9		2	-	2	-	-	-	-	-	5	-	
2	Персональный имидж	19		4	-	4	-	-	-	-	-	11	-	
2.1	Индивидуальный имидж	9		2	-	2	-	-	-	-	-	5	-	
2.2	Профессиональный имидж	10		2	-	2	-	-	-	-	-	6	-	
3	Корпоративный имидж	20	4	-	4	-	-	-	-	-	12	-	<p><u>Подготовка к практическим занятиям:</u> Изучение материала по разделу</p>	

3.1	Имидж организации	10	2	-	2	-	-	-	-	-	6	-	"Корпоративный имидж" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях <u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u> Изучение дополнительного материала по разделу "Корпоративный имидж" <u>Изучение материалов литературных источников:</u> [1], 57-111
3.2	Имидж бренда	10	2	-	2	-	-	-	-	-	6	-	
4	Технологии имиджмейкинга	14	4	-	4	-	-	-	-	-	6	-	<u>Подготовка к практическим занятиям:</u> Изучение материала по разделу "Технологии имиджмейкинга" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях <u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u> Изучение дополнительного материала по разделу "Технологии имиджмейкинга" <u>Изучение материалов литературных источников:</u> [2], 37-67
4.1	Практические аспекты имиджмейкинга	14	4	-	4	-	-	-	-	-	6	-	
	Зачет	0.3	-	-	-	-	-	-	-	0.3	-	-	
	Всего за семестр	72.0	16	-	16	-	-	-	-	0.3	39.7	-	
	Итого за семестр	72.0	16	-	16	-	-	-	-	0.3	39.7	-	

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. Основы имиджелогии

1.1. Имидж. История, понятия и виды имиджа

Имиджелогия как наука: объект, предмет, методы и задачи исследования. Общие понятия имиджмейкинга. История имиджмейкинга..

1.2. Виды имиджа.

Виды имиджа. Функции имиджа. Имиджевые факторы..

2. Персональный имидж

2.1. Индивидуальный имидж

Анализ персонального имиджа медийной персоны, методы построения персонального имиджа. Модели персонального имиджа медийной персоны..

2.2. Профессиональный имидж

Анализ профессионального имиджа, методы построения профессионального имиджа. Анализ влияния публичных выступлений на имидж..

3. Корпоративный имидж

3.1. Имидж организации

Анализ имиджа организации, методы построения имиджа организации. Модели корпоративного имиджа организации..

3.2. Имидж бренда

Понятие бренда. Связь брендинга и имиджмейкинга. Технологии брендинга..

4. Технологии имиджмейкинга

4.1. Практические аспекты имиджмейкинга

Имидж-консалтинг. Технологии моделирования и продвижения имиджа..

3.3. Темы практических занятий

1. Основные виды имиджа;
2. Методы анализа имиджа;
3. Анализ имиджа медийной персоны;
4. Анализ имиджа организации, определение имиджевых факторов;
5. Модели формирования персонального имиджа;
6. Модели формирования корпоративного имиджа;
7. Публичные выступления и их влияние на имидж спикера.

3.4. Темы лабораторных работ

не предусмотрено

3.5 Консультации

Групповые консультации по разделам дисциплины (ГК)

1. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Основы имиджелогии"
2. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Персональный имидж"
3. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Корпоративный имидж"
4. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Технологии имиджмейкинга"

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	
Знать:						
Инструментарий имиджмейкинга и методики его использования	ИД-1ПК-1	+				Тестирование/Основы имеджелогии
Основы науки о построении имиджа для решения профессиональных задач	ИД-2ПК-1				+	Реферат/Технологии имиджейкинга
Уметь:						
Управлять персональным имиджем	ИД-1ПК-1		+			Контрольная работа/Анализ внешнего имиджа публичной персоны
Управлять корпоративным имиджем	ИД-2ПК-1			+		Контрольная работа/Анализ бренда или организации и определение имиджевых факторов

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

4.1. Текущий контроль успеваемости

7 семестр

Форма реализации: Письменная работа

1. Анализ бренда или организации и определение имиджевых факторов (Контрольная работа)
2. Анализ внешнего имиджа публичной персоны (Контрольная работа)
3. Основы имеджелогии (Тестирование)
4. Технологии имиджейкинга (Реферат)

Балльно-рейтинговая структура дисциплины является приложением А.

4.2 Промежуточная аттестация по дисциплине

Зачет (Семестр №7)

Оценка определяется по совокупности результатов текущего контроля успеваемости в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе для студентов НИУ «МЭИ» на основании семестровой и экзаменационной составляющих

В диплом выставляется оценка за 7 семестр.

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

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Печатные и электронные издания:

1. 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.;
2. Андреева С. В.- "Имиджелогия", Издательство: "КемГИК", Кемерово, 2017 - (72 с.)
<https://e.lanbook.com/book/105257>.

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. Научная электронная библиотека - <https://elibrary.ru/>
2. База данных Web of Science - <http://webofscience.com/>
3. База данных Scopus - <http://www.scopus.com>
4. Национальная электронная библиотека - <https://rusneb.ru/>
5. Электронная библиотека МЭИ (ЭБ МЭИ) - <http://elib.mpei.ru/login.php>
6. Портал открытых данных Российской Федерации - <https://data.gov.ru>

7. База открытых данных Министерства труда и социальной защиты РФ - <https://rosmintrud.ru/opendata>
8. База открытых данных профессиональных стандартов Министерства труда и социальной защиты РФ - <http://profstandart.rosmintrud.ru/obshchiy-informatsionnyy-blok/natsionalnyy-reestr-professionalnykh-standartov/>
9. База открытых данных Министерства экономического развития РФ - <http://www.economy.gov.ru>
10. База открытых данных Росфинмониторинга - <http://www.fedsfm.ru/opendata>
11. Национальный портал онлайн обучения «Открытое образование» - <https://openedu.ru>
12. Открытая университетская информационная система «РОССИЯ» - <https://uisrussia.msu.ru>

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тип помещения	Номер аудитории, наименование	Оснащение
Учебные аудитории для проведения лекционных занятий и текущего контроля	М-802, Учебная аудитория	парта, стул, доска интерактивная, компьютерная сеть с выходом в Интернет, доска маркерная
	Ж-120, Машинный зал ИВЦ	сервер, кондиционер
Учебные аудитории для проведения практических занятий, КР и КП	М-802, Учебная аудитория	парта, стул, доска интерактивная, компьютерная сеть с выходом в Интернет, доска маркерная
	Ж-120, Машинный зал ИВЦ	сервер, кондиционер
Учебные аудитории для проведения промежуточной аттестации	М-802, Учебная аудитория	парта, стул, доска интерактивная, компьютерная сеть с выходом в Интернет, доска маркерная
	Ж-120, Машинный зал ИВЦ	сервер, кондиционер
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	М-909, Помещение кафедры «РСиЛ»	кресло рабочее, рабочее место сотрудника, стол, стол для работы с документами, стул, шкаф, шкаф для документов, шкаф для одежды, тумба, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный, принтер, стенд информационный
Помещения для хранения оборудования и учебного инвентаря	М-901а, Архивное помещение ГПИ	кресло рабочее, стеллаж для хранения книг, стул, инвентарь учебный, книги, учебники, пособия, архивные документы

БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Имиджмейкинг

(название дисциплины)

7 семестр

Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:

КМ-1 Основы имеджелогии (Тестирование)

КМ-2 Анализ внешнего имиджа публичной персоны (Контрольная работа)

КМ-3 Анализ бренда или организации и определение имиджевых факторов (Контрольная работа)

КМ-4 Технологии имиджейкинга (Реферат)

Вид промежуточной аттестации – Зачет.

Номер раздела	Раздел дисциплины	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4
		Неделя КМ:	4	8	12	14
1	Основы имиджелогии					
1.1	Имидж. История, понятия и виды имиджа		+			
1.2	Виды имиджа.		+			
2	Персональный имидж					
2.1	Индивидуальный имидж			+		
2.2	Профессиональный имидж			+		
3	Корпоративный имидж					
3.1	Имидж организации				+	
3.2	Имидж бренда				+	
4	Технологии имиджмейкинга					
4.1	Практические аспекты имиджмейкинга					+
Вес КМ, %:			20	30	30	20