

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
Центр корпоративного развития

УТВЕРЖДЕНО

Директор Центра
корпоративного развития


« 23 » декабря 2019 г.

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ

«Технологии формирования имиджа»

Наименование программы «Менеджмент организации»

Программу разработал: Яшина Елена Закировна

1. Цели и задачи дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины (модуля): приобретение знаний о технологии формирования имиджа, терминологическом аппарате, аспектах сохранения, поддержания и управления корпоративным имиджем.

Основными задачами изучения дисциплины (модуля) являются:

- Ознакомление с технологией формирования имиджа;
- Формирование знаний, умений организации работы рекламных и PR-служб предприятий;
- Формирование знаний, умений и навыков работы по проведению мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Изучение дисциплины «Технологии формирования имиджа» в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Профессиональные компетенции (ПК):

Вид деятельности: организационно-управленческая

ПК-2 - способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию;

ПК-2	Знать	Уметь	Владеть
- способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	- современные стратегические и тактические инструменты управления организацией; - технологию построения процессов управления организацией и персонала; - современные модели управления и практические технологии их реализации; - принципы взаимодействия с подчиненными и коллегами; - принципы работы на общий результат.	- применять современные модели управления; - разрабатывать и реализовывать организационно-управленческие решения с учетом многообразия проблем и ситуационных факторов деятельности организации; - организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач; - анализировать коммуникационные межличностные, групповые процессы и разрабатывать предложения по повышению их эффективности - применять	- аналитическими, статистическими и количественными методами решения типовых организационно-управленческих задач; - методологию и экономическое исследование, в методах и приемах анализа экономических и управленческих процессов с помощью стандартных моделей. - навыками разработки и совершенствования корпоративной культуры, - навыками взаимодействия с подчиненными и коллегами работать на общий результат, кооперировать с

		<p>подходы управления по ценностям, разрабатывать и анализировать корпоративную культуру компании, – оценивать эффективность деятельности подразделений и сотрудников.</p>	<p>другими людьми, – навыками контроля и оценки деятельности подразделений и сотрудников.</p>
--	--	--	---

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- современные стратегические и тактические инструменты управления организацией;
- технологию построения процессов управления организацией и управления персоналом;
- современные модели управления и практические технологии их реализации;
- принципы взаимодействия с подчиненными и коллегами;
- принципы работы на общий результат.

Уметь:

- применять современные модели управления;
- разрабатывать и реализовывать организационно-управленческие решения с учетом многообразия проблем и ситуационных факторов в деятельности организации;
- организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач;
- анализировать коммуникационные межличностные, групповые процессы и разрабатывать предложения по повышению их эффективности
- применять подходы управления по ценностям, разрабатывать и анализировать корпоративную культуру компании,
- оценивать эффективность деятельности подразделений и сотрудников.

Владеть:

- аналитическими, статистическими и количественными методами решения типовых организационно-управленческих задач;
- методологией экономического исследования, методами и приемами анализа экономических и управленческих процессов с помощью стандартных моделей.
- навыками разработки и совершенствования корпоративной культуры,
- навыками взаимодействия с подчиненными и коллегами работать на общий результат, кооперировать с другими людьми,
- навыками контроля и оценки деятельности подразделений и сотрудников.

3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

Таблица 1

Объем и виды учебной работы

Виды учебной работы	Всего час.
Аудиторные занятия в том числе:	28
Лекции	10
Практические (ПЗ)	18
Общая трудоемкость: Часы	28
Виды промежуточной аттестации:	Экзамен

4. Содержание дисциплины

4.1. Темы дисциплины и виды занятий:

Тематический план дисциплины «Технологии формирования имиджа» представлен в таблице 2.

Таблица 2.

Темы дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Формируемые компетенции	Лек	ПЗ	СР	Всего
1	Имидж как объект деятельности по связям с общественностью.	ПК-2	2	4	2	8
2	Возможности позитивного имиджа для создания позитивных отношений с общественностью.	ПК-2	2	4	4	10
3	Технологии работы с имиджем	ПК-2	2	4	4	10
4	Имиджевые стратегии. Модели имиджевой кампании	ПК-2	2	4	2	8
Итого		ПК-2	8	16	12	36

4.2. Содержание тем дисциплины

Тема 1. Имидж как объект деятельности по связям с общественностью.

Современное значение термина «имидж». Субъекты имиджирования. Атрибуты, факторы и компоненты имиджа. Разновидности имиджа. Имиджелогия как наука о стратегии, тактике и технологии создания позитивного имиджа. Профессия имиджмейкера. Службы и специалисты по созданию имиджа на предприятии. Роль службы по связям с общественностью в создании имиджа организации. Имидж в политике, бизнесе, государственном управлении, в военном деле. Имиджевая регуляция потребительского и электорального поведения. Имидж как предмет информационно-психологического противоборства. Управление созданием имиджей в маркетинге, рекламе, менеджменте.

Тема 2. Возможности позитивного имиджа для создания позитивных отношений с общественностью.

Формирование позитивного имиджа как задача PR-кампании. Свойства позитивного имиджа. Влияние имиджа организации на окружающую среду. Взаимодействие имиджа отдельного работника и организации в целом. Разработка позитивного корпоративного имиджа

Тема 3. Технологии работы с имиджем

Имидж и репутация компании. Структура имиджа. Уровни формирования имиджа. Технология формирования имиджа. Особенности формирования имиджа руководителя, типы успешных имиджей. Специфика формирования имиджа в России. Технология формирования имиджа. Особенности формирования имиджа руководителя, типы успешных имиджей

Тема 4. Имиджевые стратегии. Модели имиджевой кампании

Имиджевые стратегии. Выбор и разработка коммуникативных стратегий продвижения характеристик имиджа. Проектирование корпоративного имиджа. Технические задачи имиджевых коммуникаций. Определение целевых аудиторий. Разработка компонентов внешнего имиджа организации.