

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.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

«Технологии формирования имиджа»

Наименование программы «Менеджмент организации»

Программу разработал: Яшина Елена Закировна

Содержание

1. Цели и задачи дисциплины
2. Планируемые результаты обучения по дисциплине
3. Объем и виды учебной работы
4. Содержание дисциплины
5. Методические указания по освоению дисциплины
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

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	<ul style="list-style-type: none"> – современные стратегические и тактические инструменты управления организацией; – технологию построения процессов управления организацией и персонала; – современные модели управления и практические технологии реализации; – принципы взаимодействия с подчиненными и коллегами; – принципы работы на общий результат. 	<ul style="list-style-type: none"> – 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 	<ul style="list-style-type: none"> - аналитически, статистическими и количественными методами решения типовых организационно-управленческих задач; – методологии и 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

		<p>эффективности – применять подходы управления по ценностям, разрабатывать и анализировать корпоративную культуру компании, – оценивать эффективность деятельности подразделений и сотрудников.</p>	<p>на общий результат, кооперировать с 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:

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.

5. Методические указания по освоению дисциплины

5.1. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

Методические указания для преподавателя

Изучение дисциплины проводится в форме лекций, практических занятий, организации самостоятельной работы слушателей, консультаций. Главное назначение лекции - обеспечить теоретическую основу обучения, развить интерес к учебной деятельности и конкретной учебной дисциплине, сформировать у слушателей ориентиры для самостоятельной работы над курсом.

Основной целью практических занятий является обсуждение наиболее сложных теоретических вопросов курса, их методологическая и методическая проработка. Они проводятся в форме опроса, диспута, тестирования, обсуждения докладов и пр.

Самостоятельная работа с научной и учебной литературой, изданной на бумажных носителях, дополняется работой с тестирующими системами, с информационными базами данных сети Интернет.

Методы проведения аудиторных занятий:

- лекции, реализуемые через изложение учебного материала под запись с сопровождением наглядных пособий в виде слайдов;

- практические занятия, во время которых слушатели выступают с докладами по заранее предложенным темам и дискуссионно обсуждают их между собой и преподавателем; решаются практические задачи (в которых разбираются и анализируются конкретные ситуации) с выработкой умения формулировать выводы, выявлять тенденции и причины изменения социальных явлений; проводятся устные и письменные опросы (в виде тестовых заданий) и контрольные работы (по вопросам лекций и практических занятий), проводятся деловые игры.

Лекции есть разновидность учебного занятия, направленная на рассмотрении теоретических вопросов излагаемой дисциплины в логически выдержанной форме.

Основными целями лекции являются системное освещение ключевых понятий и положений по соответствующей теме, обзор и оценка существующей проблематики, ее методологических и социокультурных оснований, возможных вариантов решения, дача методических рекомендаций для дальнейшего изучения курса, в том числе литературы и источников. Лекционная подача материала, вместе с тем, не предполагает исключительную активность преподавателя. Лектор должен стимулировать слушателей к участию в обсуждении вопросов лекционного занятия, к высказыванию собственной точки зрения по обсуждаемой проблеме.

Практические занятия направлены на развитие самостоятельности слушателей в исследовании изучаемых вопросов и приобретение профессиональных умений и навыков. Практические занятия традиционно проводятся в форме обсуждения проблемных вопросов в группе при активном участии слушателей, они способствуют углубленному изучению наиболее фундаментальных и сложных проблем курса, служат важной формой анализа и синтеза исследуемого материала, а также подведения итогов самостоятельной работы слушателей, стимулируя развитие профессиональной компетентности, навыков и умений. На практических занятиях слушатели учатся работать с научной литературой, четко и доходчиво излагать проблемы и предлагать варианты их решения, аргументировать свою позицию, оценивать и критиковать позиции других, свободно публично высказывать свои мысли и суждения, грамотно вести полемику и представлять результаты собственных исследований.

При проведении практических занятий преподаватель должен ориентировать слушателей при подготовке использовать в первую очередь специальную научную литературу (монографии, статьи из научных журналов).

Результаты работы на практических занятиях должны учитываться преподавателем при выставлении итоговой оценки по данной дисциплине. На усмотрение преподавателя слушатели, активно отвечающие на занятиях, и выполняющие рекомендации преподавателя при подготовке к ним, могут получить повышающий балл к своей экзаменационной оценке.

Особенности реализации дисциплины в отношении лиц из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Слушатели с ограниченными возможностями здоровья, в отличие от остальных слушателей, имеют свои специфические особенности восприятия, переработки материала.

Подбор и разработка учебных материалов должны производиться с учетом того, чтобы предоставлять этот материал в различных формах так, чтобы инвалиды с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально (например, с использованием программ-синтезаторов речи) или с помощью тифлоинформационных устройств.

Выбор средств и методов обучения осуществляется самим преподавателем. При этом в образовательном процессе рекомендуется использование социально-активных и рефлексивных методов обучения, технологий социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими слушателями, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

Согласно требованиям, установленным Минобрнауки России к порядку реализации образовательной деятельности в отношении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, необходимо иметь в виду, что:

1) инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья по зрению имеют право присутствовать на занятиях вместе с ассистентом, оказывающим обучающемуся необходимую помощь.

2) инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья по слуху имеют право на использование звукоусиливающей аппаратуры.

При проведении промежуточной аттестации по дисциплине обеспечивается соблюдение следующих общих требований:

- проведение аттестации для инвалидов в одной аудитории совместно с обучающимися, не являющимися инвалидами, если это не создает трудностей для инвалидов и иных обучающихся при прохождении государственной итоговой аттестации;

- присутствие в аудитории ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся инвалидам необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей (занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, общаться с экзаменатором);

- пользование необходимыми обучающимся инвалидам техническими средствами при прохождении аттестации с учетом их индивидуальных особенностей;

- обеспечение возможности беспрепятственного доступа обучающихся инвалидов в аудитории, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях.

По письменному заявлению обучающегося инвалида продолжительность сдачи обучающимся инвалидом экзамена может быть увеличена по отношению к установленной продолжительности его сдачи:

- продолжительность сдачи экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;

- продолжительность подготовки обучающегося к ответу на экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;

В зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся с ограниченными возможностями здоровья организация обеспечивает выполнение следующих требований при проведении аттестации:

а) для слепых:

- задания и иные материалы для сдачи экзамена оформляются рельефно-точечным шрифтом Брайля или в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением для слепых, либо зачитываются ассистентом;

- письменные задания выполняются обучающимися на бумаге рельефно-точечным шрифтом Брайля или на компьютере со специализированным программным обеспечением для слепых, либо надиктовываются ассистенту;

- при необходимости обучающимся предоставляется комплект письменных принадлежностей и бумага для письма рельефно-точечным шрифтом Брайля, компьютер со специализированным программным обеспечением для слепых;

б) для слабовидящих:

- задания и иные материалы для сдачи экзамена оформляются увеличенным шрифтом;

- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

- при необходимости обучающимся предоставляется увеличивающее устройство, допускается использование увеличивающих устройств, имеющихся у обучающихся;

в) для глухих и слабослышащих, с тяжелыми нарушениями речи:

- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающимся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- по их желанию испытания проводятся в письменной форме;

г) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются обучающимися на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;
- по их желанию испытания проводятся в устной форме.

О необходимости обеспечения специальных условий для проведения аттестации обучающийся должен сообщить письменно не позднее, чем за 10 дней до начала аттестации. К заявлению прилагаются документы, подтверждающие наличие у обучающегося индивидуальных особенностей (при отсутствии указанных документов в организации).

Методические указания для слушателей

Для успешного освоения дисциплины слушатели должны посещать лекционные занятия, готовиться и активно участвовать в практических занятиях. Изучение дисциплины целесообразно начать со знакомства с программой курса, чтобы четко представить себе объем и основные проблемы курса. Прочитав соответствующий раздел программы, и установив круг тем, подлежащих изучению, можно переходить к работе с конспектами лекций и учебником. Конспект лекций должен содержать краткое изложение основных вопросов курса. В лекциях преподаватель, как правило, выделяет выводы, содержащиеся в новейших исследованиях, разногласия ученых, обосновывает наиболее убедительную точку зрения. Необходимо записывать методические советы преподавателя, названия рекомендуемых им изданий. Не нужно стремиться к дословной записи лекций. Для того чтобы выделить главное в лекции и правильно ее законспектировать, полезно заранее просмотреть уже пройденный лекционный материал, для более полного и эффективного восприятия новой информации в контексте уже имеющихся знаний, приготовить вопросы лектору. Прочитав свой конспект лекций, следует обратиться к материалу учебника.

Обращение к ранее изученному материалу не только помогает восстановить в памяти известные положения, выводы, но и приводит разрозненные знания в систему, углубляет и расширяет их. Каждый возврат к старому материалу позволяет найти в нем что-то новое, переосмыслить его с иных позиций, определить для него наиболее подходящее место в уже имеющейся системе знаний. Неоднократное обращение к пройденному материалу является наиболее рациональной формой приобретения и закрепления знаний.

Работа с литературой

При изучении дисциплины слушатели должны серьезно подойти к исследованию учебной и дополнительной литературы. Данное требование особенно важно для подготовки к практическим занятиям.

Особое внимание слушателям следует обратить на соответствующие статьи из научных журналов. Данные периодические издания представлены в читальном зале СГЭУ. Для поиска научной литературы по дисциплине слушателям также следует использовать каталог Электронной научной библиотеки: e-library.ru.

5.2. Методические рекомендации по практическим и/или лабораторным занятиям

Для решения воспитательных и учебных задач в рамках дисциплины «Технологии формирования имиджа» используются следующие формы проведения практических занятий:

1. Анализ практических ситуаций (мини-кейсов) по отдельным разделам курса.
2. Дискуссии в рамках изученных тем.

Пример кейса:

Вы являетесь собственником предприятия в Самаре по производству молочной продукции, открываете предприятие в Казани. При этом Вы покупаете низкоприбыльное предприятие, чтобы начать там производство своей продукции. Про вас пишет областная газета Самарской области, указывая, что это Ваш стиль, захватывать рынок через разорение предприятий. Газету читают все предприниматели. В перспективе вы хотите иметь сеть предприятий и магазинов.

Ответьте на следующие вопросы.

1. Представляет ли публикация для Вас опасность?
2. Какие меры стоит предпринять во избежание негативных последствий?
3. Целевые аудитории для общения в данном случае?

Выполнение кейса: 30 минут.

Обучающиеся делятся на группы, каждая из которых предлагает свои варианты по тем или иным аспектам задания. Допускается дополнение элементов предлагаемого задания на усмотрение обучающихся. Начало работы происходит в аудитории с обсуждением элементов задания и процесса его выполнения с группой. Допускается выполнение данного задания самостоятельно.

Результаты выполнения задания могут быть различны исходя из суждений обучающихся и заданных ими в процессе выполнения условий.

Обсуждение полученных результатов происходит на практическом занятии под руководством преподавателя.

5.3. Методические рекомендации по написанию курсовых работ/ курсовых проектов/ контрольных работ

Написание курсовых работ (проектов) и контрольных работ по данной дисциплине не предусмотрено учебным планом.

6.Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине «Технологии формирования имиджа»

Перечень контролируемых мероприятий для проведения промежуточного контроля по дисциплине «Технологии формирования имиджа» представлен в таблице 3.

Таблица 3

Фонд оценочных средств по дисциплине «Технологии формирования имиджа»

Номер семестра	Промежуточная аттестация						
	Курсовая работа	Курсовой проект	Контрольная работа (для заочной формы обучения)	Промежуточное тестирование	Зачет	Зачет с оценкой	Экзамен
1							+

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.

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

профессиональными компетенциями (ПК), соответствующими видам профессиональной деятельности:

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	<ul style="list-style-type: none"> - 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. 	<ul style="list-style-type: none"> - 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 подходы управления по ценностям, разрабатывать и анализировать 	<ul style="list-style-type: none"> - аналитическими, статистическими и количественными методами решения типовых организационно-управленческих задач; - методологии экономической и 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

		корпоративную культуру компании, – оценивать эффективность деятельности подразделений и сотрудников.	подразделений и сотрудников.
--	--	--	------------------------------

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.

Таблица 4

Уровни сформированности компетенций

Компетенции (код, наименование)	Уровни сформированности и компетенции	Основные признаки уровня (дескрипторные характеристики)
ПК-2 - способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	1. Пороговый	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – применять современные модели управления; - разрабатывать и реализовывать организационно-управленческие решения с учетом многообразия

		<p>проблем и ситуационных факторов в деятельности организации; организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач;</p>
	<p>2. Повышенный</p>	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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.

6.3.1. Материалы для промежуточного тестирования

Код контролируемых компетенций: ПК-2.

1. PR – это (выберите единственное верное определение):

1. оповещение населения о лицах, товарах, услугах с целью создания популярности и соответственно спроса и высокого рейтинга.
2. формирование и поддержание отношений с правительством с целью воздействия на законодательную деятельность
3. особая управленческая деятельность, направленная на установление взаимовыгодных, гармоничных отношений между организацией и общественностью
4. деятельность организации (личности) по достижению роста известности, популярности с помощью распространения различного рода информации

2. При проведении PR кампании какой вопрос решается службами PR в первую очередь?

1. Планирование PR кампании.
2. Анализ целевой аудитории
3. Определение PR проблемы
4. Анализ эффективности результатов PR кампании

3 PR-кампания-это:

1. компания PR специалистов
2. комплекс мероприятий, направленный на решение PR проблемы
3. комплекс мероприятий, направленных на изучение общественного мнения
4. заседание совета журналистов

4. Содержание понятия имиджа организации включает две составляющие:

- 1) познавательную и оценочностную
- 2) описательную и оценочностную
- 3) описательную и бытийную

5. Имидж – это:

- 1) эмоционально окрашенный психический образ чего-либо или кого-либо
- 2) облик предмета
- 3) восприятие человека человеком

6. Впервые термин «имидж» был использован:

- 1) в политической сфере
- 2) в юридической сфере
- 3) в экономической сфере

7. Прообраз имиджа – это:

- 1) субъект, воспринимающий имидж
- 2) субъект, представленный в имидже,
- 3) субъект, ориентированный на имидж

8. Имиджелогия изучает профессиональную деятельность

- 1) по созданию и преобразованию имиджа
- 2) по созданию образов
- 3) манипулированию

9. При создании делового имиджа необходимо учитывать

- 1) характер внешней среды
- 2) ожидания аудитории
- 3) корпоративные принципы

10. Внешней формой выражения делового имиджа является

- 1) одежда
- 2) обувь
- 3) мысли

11. Анализ внешней среды позволит прогнозировать

- 1) наиболее неблагоприятное стечение факторов внешней среды
- 2) наиболее благоприятное стечение факторов внешней среды
- 3) наиболее благоприятное стечение факторов внутренней среды

12. Деловой имидж следует считать важной составной

- 1) политической культуры
- 2) культуры делового общения
- 3) русской культуры

13. Чем имидж удачнее, тем выше

- 1) профессиональный и политический авторитет
- 2) интеллект
- 3) способности человека

Тематика эссе

1. Определение и концептуальные характеристики имиджа.
2. Классификации разновидностей имиджа.
3. Значение имиджа и имиджирования в деловой жизни.
4. Имиджелогия как наука
5. Понятие корпоративного имиджа
6. Философия организации: определение, структура, функции.
7. Этапы формирования имиджа организации.
8. Способы и средства формирования внешнего имиджа организации.
9. Способы и средства формирования внутреннего имиджа организации.
10. Управление внутренней коммуникацией в целях имиджирования.
11. Сущность корпоративной культуры.
12. Кадровая политика предприятия как способ формирования внутреннего имиджа фирмы
13. Социально-психологический климат организации
14. Мониторинг корпоративного имиджа
15. Сохранение и защита внутреннего корпоративного имиджа.
16. Школы и подходы в исследованиях взаимосвязи имиджа и репутации.

Требования к оформлению эссе

Промежуточная аттестация – может проводиться в форме защиты слушателями эссе. Тематика эссе может быть выбрана слушателями самостоятельно в рамках предлагаемых тем.

Объем работы должен быть, как правило, не менее 3 и не более 6 страниц. Работа должна выполняться через одинарный интервал 12 шрифтом, размеры оставляемых полей: левое - 25 мм, правое - 15 мм, нижнее - 20 мм, верхнее - 20 мм. Страницы должны быть пронумерованы.

Расстояние между названием части реферата или главы и последующим текстом должно быть равно трем интервалам. Фразы, начинающиеся с "красной" строки, печатаются с абзацным отступом от начала строки, равным 1 см.

Структура работы - введение, основная часть, заключение, список литературы.

Шкала и критерии оценки (промежуточное тестирование)

Число правильных ответов	Оценка	Уровень сформированности компетенции
90-100% правильных ответов	Оценка «отлично»	Повышенный
70-89% правильных ответов	Оценка «хорошо»	Повышенный

51-69% правильных ответов	Оценка «удовлетворительно»	Пороговый
Менее 50% правильных ответов	Оценка «неудовлетворительно»	Компетенция не сформирована

6.3.2 Тематика курсовых работ/курсовых проектов/контрольных работ

Написание курсовых работ (проектов) и контрольных работ по данной дисциплине не предусмотрено учебным планом

6.3.3 Примерные вопросы к экзамену

Код контролируемой компетенции: ПК-2

№ п\п	Содержание вопроса
1	Современное значение термина «имидж». Субъекты имиджирования
2	Атрибуты, факторы и компоненты имиджа. Разновидности имиджа.
3	Имиджелогия как наука о стратегии, тактике и технологии создания позитивного имиджа
4	Профессия имиджмейкера. Службы и специалисты по созданию имиджа на предприятии
5	Роль службы по связям с общественностью в создании имиджа организации
6	Формирование позитивного имиджа как задача PR-кампании
7	Свойства позитивного имиджа
8	Влияние имиджа организации на окружающую среду
9	Взаимодействие имиджа отдельного работника и организации в целом
10	Имидж и репутация компании. Структура имиджа. Уровни формирования имиджа.
11	Технология формирования имиджа
12	Особенности формирования имиджа руководителя, типы успешных имиджей
13	Специфика формирования имиджа в России
14	Имиджевые стратегии
15	Выбор и разработка коммуникативных стратегий продвижения характеристик имиджа.
16	Проектирование корпоративного имиджа
17	Определение целевых аудиторий.
18	Разработка компонентов внешнего имиджа организации

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Методические материалы по проведению экзамена

Цель – оценка качества усвоения учебного материала и сформированности компетенций в результате изучения дисциплины.

Процедура - проводится в форме собеседования с преподавателем во время экзамена. Слушатель получает экзаменационный билет и время на подготовку. Время 15-20 минут.

Содержание представляет перечень примерных вопросов к экзамену

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1. Рекомендуемая литература

Основная литература:

1. Кузнецов, П. А. Public Relations. Связи с общественностью для бизнеса : практические приемы и технологии / П. А. Кузнецов. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2019. — 295 с.
2. Связи с общественностью для бизнеса [Электронный ресурс]: практические приемы и технологии/ Кузнецов П.А.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Дашков и К, 2019.— 295 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/85403.html>.— ЭБС «IPRbooks».

Дополнительная литература:

1. Музыкант, В.Л. Брендинг: Управление брендом: Учебное пособие / В.Л. Музыкант. - М.: Риор, 2018. - 256 с.
2. Окмазова Р.Н. Деловая репутация и имидж компании : сущность и сравнительная характеристика понятий / Р.Н. Окмазова, Ф.У. Магомедова, С.А. Нажмутдинова // Экономика и предпринимательство. – 2018. - № 5. – С. 722-725.

7.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. <https://www.raso.ru/> - Российская ассоциация по связям с общественностью
2. <http://www.press-service.ru/> - Журнал «Пресс служба»
3. <http://www.branding.ru/> - Портал «Брендинг.Ру»
4. <http://www.media-21vek.ru/>- журнал «MASSMEDIA. XXI век»
5. <http://pr-info.ru/> - Электронное информационное издание «PR-Info. Public Relations в российском контексте»
6. <http://www.pr-news.spb.ru/> - Интернет-сайт газеты «PR-news»
7. <http://www.createbrand.ru/> - Специализированный интернет-портал «Создание бренда»

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

- аудитория, оборудованная учебной мебелью, видеопроекционным оборудованием для презентаций и экраном;
- возможность пользования библиотекой и читальным залом, оснащенным компьютерной техникой для доступа к электронному каталогу библиотеки СГЭУ;
- компьютерные классы для всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки слушателей с доступом к базам данных Интернет.

Разработчик:

Яшина Е.З.