

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«НИЖЕГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМ. Р. Е. АЛЕКСЕЕВА»
(НГТУ)

Институт экономики и управления (ИНЭУ)
сокращенное и полное наименование института
Кафедра «Связи с общественностью, маркетинг и коммуникации» (СОМиК)
сокращенное и полное наименование кафедры

Методические рекомендации
по организации аудиторной и самостоятельной работы студентов
по дисциплине
«ИМИДЖ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ»
наименование дисциплины

Направление подготовки

03.16.00.62 «Реклама и связи с общественностью»
Профиль: «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

код и полное наименование направления подготовки (специальности)


Уровень образования
Бакалавриат
бакалавриат, магистратура, специалитет

Форма обучения очная, заочная

**Н.Новгород
2015**

Разработчик (и)/составитель(и) методических рекомендаций по организации аудиторной работы магистров по дисциплине «Имидж коммерческой организации» :
к.философ.н., доц. Цветкова Е.А.
(ученое звание, степень, фамилия, инициалы)

Кафедра « Связи с общественностью, маркетинг и коммуникации »

2015 г. 29.05. /Цветкова Е.А./ 

Рекомендации по организации аудиторной работы магистров по дисциплине «Имидж коммерческой организации» рассмотрены на заседании кафедры
« Связи с общественностью, маркетинг и коммуникации »

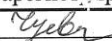
Протокол № 8 от «29» 05 (наименование кафедры) 2015 г.

Заведующий кафедрой «СОМик» к.э.н., доц. Зайцева Е.А.
(ученое звание, степень фамилия, имя, отчество)

29.05 2015 г. Е.А. /Зайцева Е.А./
(дата, подпись)

Методические рекомендации по организации аудиторной работы магистров по дисциплине «Имидж коммерческой организации» утверждены Ученым советом образовательно-научного института «Институт экономики и управления»

Протокол заседания № 6 от «01» 06 2015 г.

Методические рекомендации зарегистрированы в УМУ под учетным номером 4645
Ведущий инженер Чуева Н.А. 

Разработчик методических рекомендаций по организации и планированию самостоятельной работы магистров по дисциплине «Имидж коммерческой организации»
к.философ.н., доц.Цветкова Е.А.
(ученое звание, степень, фамилия, инициалы)

Кафедра «Связи с общественностью, маркетинг и коммуникации»
29.01 2015 г. Е.А. /Цветкова Е.А./

Рекомендации по организации и планированию самостоятельной работы магистров по дисциплине «Имидж коммерческой организации» рассмотрены на заседании кафедры «Связи с общественностью, маркетинг и коммуникации»
(наименование кафедры)

Протокол № 8 от «29» 01 2015 г.

Заведующий кафедрой «СОМиК» к.э.н., доц.Зайцева Е.А.
(ученое звание, степень фамилия, имя, отчество)

29.01 2015 г. Е.А. /Зайцева Е.А./
(дата, подпись)

Методические рекомендации по организации и планированию самостоятельной работы магистров по дисциплине «Имидж коммерческой организации» утверждены Ученым советом образовательно-научного института «Институт экономики и управления»
Протокол заседания № 16 от «07» 06 2015 г.

Методические рекомендации зарегистрированы в УМУ под учетным номером 4694
Ведущий инженер Чуева Н.А. Чуева

Содержание

Введение

1. Цели и задачи освоения дисциплины «Имидж коммерческой организации»
2. Цели и задачи освоения дисциплины
3. Тематический план лекционных занятий
4. Тематический план практических занятий
5. Самостоятельная работа студентов.
6. Промежуточный контроль по дисциплине.
7. Список рекомендуемой литературы и источников

Введение

Методические рекомендации по организации аудиторной и самостоятельной работы студентов по направлению подготовки бакалавриата 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» по дисциплине «Имидж коммерческой организации» для очной и заочной форм обучения разработана с учетом ФГОС ВПО по направлению подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от "29" марта 2010 г. № 221 и в соответствии с «Положением об учебно-методическом комплексе дисциплины», утвержденного приказом ректором НГТУ № 2 от 22 апреля 2015г.

ПРАКТИКУМ МОДУЛЯ 1. ИМИДЖ КАК ИНФОРМАЦИОННАЯ РЕАЛЬНОСТЬ
БЛОК 1.1.АКТУАЛЬНЫЙ ИМИДЖЕВЫЙ РЕСУРС
ВВОДНОЕ ЗАНЯТИЕ.
<i>Вид и содержание работы</i>
<i>Аудиторная самостоятельная работа студентов</i>
Вводное задание № 1 на остаточные знания («знать»/«уметь»). К четвертому году обучения студенты уже неоднократно встречались с понятием «имидж» при освоении таких дисциплин как культурология, психология, теория и практика СМИ, основы теории коммуникации, маркетинг, межкультурные коммуникации, конфликтология, современный менеджмент. Предлагается проведение сравнительного анализа подходов к пониманию феномена имиджа с точки зрения этих отраслей знания, для выявления объема, структуры и полноты имеющихся представления о явлении, к систематизированному изучению которого они приступают. Режим работы «Матричная таблица».

Матричная таблица

Отрасль знания	Зона интереса к феномену	Основные Значения (смыслы)	Средства изучения	Прикладное значение	ВЫВОД

<i>Внеаудиторная самостоятельная работа студентов</i>	
Изучив теоретическое содержание СЕ 1.1.1.2 , выполните задание	
Задание («уметь») № 2. Демонстрационное кейс - эссе на тему: «Статус имиджа в современном информационном пространстве». Каждую из выделенных детерминант современной информационной ситуации необходимо проанализировать и проиллюстрировать на конкретных примерах (со ссылками и цитатами из авторитетных источников).	
Задание № 3. Приступить к формированию банка информации по темам (на выбор): 1.«Историческая динамика роли имиджа и имиджмейкеров в жизни человека и общества» 2. «Динамика статуса имиджа в социо-культурной ретроспективе и перспективе» (Источники: фотография и живопись; мемуарная литература; аналитические и популярные журналы и пр). Первые результаты представить к занятию. № 2 в письменном обзорно-тезисном виде.	

БЛОК 1.1.АКТУАЛЬНЫЙ ИМИДЖЕВЫЙ РЕСУРС
ЗАНЯТИЕ № 1. ИМИДЖ, РЕПУТАЦИЯ, БРЕНД: ЕДИНСТВО И СПЕЦИФИКА

<i>Вид и содержание работы</i>
<i>Аудиторная самостоятельная работа студентов</i>
<i>Изучив теоретическое содержание СЕ 1.1.1., СЕ 1.1 2, СЕ 1.1.3. выполните задание</i>
Задание («уметь») № 1. Составление таблицы различий и совпадений между категориями "имидж", "репутация", «бренд» в режиме «Матричная таблица»

Матричная таблица

Феномен	КАК		КОМУ И ЗАЧЕМ	
	формируется	потребляется	носителю	аудитории (ям)
Имидж				
Репутация				
Бренд				

<i>Внеаудиторная самостоятельная работа студентов</i>
Задание («иметь представление») № 2. Обзор материалов электронных СМИ на тему: «Информационные войны ушедшего века: победы имиджей и брендов» в режиме «Аналитические иллюстрации»
<i>Рекомендуемые профили работы:</i> автомобилестроение, современное искусство, спорт.

<i>ПРАКТИКУМ МОДУЛЯ 1.ОСНОВЫ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ И ПРИКЛАДНОЙ ИМИДЖЕЛОГИИ</i>
<i>БЛОК 1.2.1. ИМИДЖЕЛОГИЯ КАК ТЕОРИЯ ИМИДЖА</i>
<i>ЗАНЯТИЕ № 2- № 3 . ИМИДЖЕВАЯ КОММУНИКАЦИЯ</i>
<i>Вид и содержание работы</i>
<i>Аудиторная самостоятельная работа студентов</i>
<i>Изучив теоретическое содержание СЕ 1.2.1; 1.2.2. выполните задание</i>
Задание («знать») № 1.
1. Вопросы для рассмотрения по теме «Имиджевая коммуникация»: понятие и структура имиджевой коммуникации; участники имиджевой коммуникации; имиджеобразующая информация; имидж как цель, средство, форма и результат имиджевой коммуникации
2. Вопросы для рассмотрения по теме: «Имидж как информационная система»: имидж как информационная система; состав и структура имиджа как информационной системы; зависимость состава и структуры от уровня носителя имиджеобразующей информации; карта имиджа.
<i>Изучив теоретическое содержание СЕ 1.2.4 выполните задание</i>
Задание («знать», «уметь») № 2. Тестирование по теме «Базовые теоретические модели имиджа».
<i>Изучив теоретическое содержание СЕ 1.2.3 выполните задание</i>
Задание («уметь») № 3. Картография имиджа. Для верификации концепции «имидж-информационно-символическая динамическая система» необходимо проанализировать публикации СМИ по известной персоне (например, актеру С. Безрукову) за последние три года. Выполнение в режиме «По образцу».
<i>Внеаудиторная самостоятельная работа студентов</i>
Задание («уметь», «иметь представление») № 4. Исследовательский проект «Телекомментатор как имиджевый агент». На примере конкретного телеведущего (например, П. Любимцева на канале «Домашний») проанализировать его деятельность в авторских проектах и вне проектов в роли имиджевого посредника в коммуникации канала с аудиторией. Работа в режиме «Авторский ресурс».

Задание («иметь представление»)№ 5. Разработка темы « Отличительный облик («identity»- буквальный перевод – «идентичность») и имидж-два разных понятия» в режиме «Аналитическое эссе».

Задание («иметь представление»)№ 6. Разработка тем «Последствия неуправляемости имиджеобразующей информацией» и «Объявление в газете: «Требуется отрицательный имидж » в режиме «Банк». Работа в режиме «Авторский ресурс».

БЛОК 1.3.1. ПРИКЛАДНАЯ ИМИДЖЕЛОГИЯ
ЗАНЯТИЕ № 4 . ПРОЦЕДУРЫ ИМИДЖИРОВАНИЯ: ИМИДЖ-АНАЛИЗ
<i>Вид и содержание работы</i>
<i>Аудиторная самостоятельная работа студентов</i>
<i>Изучив теоретическое содержание СЕ 1.3.1; 1.3.2, СЕ 1.3.3. выполните задания</i>
Задание («знать») № 1. Вопросы к рассмотрению: 1. Формирование аналитического и прикладного навыка анализа состояния ментального ресурса носителя. 2. Выявление мотивации субъектного носителя к имиджевой деятельности и оценка ее интенсивности. 3. Определение имиджеобразующих установок аудитории имиджа в ситуации имиджевой коммуникации. 4. Выявление и структурирование единиц информационного ресурса субъектного носителя, предназначенных для передачи аудитории имиджа по вербальному, визуальному, событийному и контекстному каналам с применением исследовательского инструментария имиджелогии. 5.
Задание («уметь») № 2. Моделирование в ситуационно заданном континууме проведение базовых мероприятий <i>этапа имидж-анализа</i> : <ul style="list-style-type: none">• сбор имиджеобразующей информации носителя и имиджеобразующих ожиданий аудитории с применением качественных методов <i>наблюдения, ассоциаций и семантического дифференциала.</i>• систематизация полученной информации в режиме «По образцу».
Задание («иметь представление») № 3 . Качественные методы сбора прямой имиджеобразующей информации о субъектном носителе: нарративное описание, неструктурированное интервью в режиме «Комментарий».

БЛОК 1.3.1. ПРИКЛАДНАЯ ИМИДЖЕЛОГИЯ
ЗАНЯТИЕ № 5 . ПРОЦЕДУРЫ ИМИДЖИРОВАНИЯ: ИМИДЖ-КРЕАТИВ И ИМИДЖ-ДИЗАЙН
<i>Вид и содержание работы</i>
<i>Аудиторная самостоятельная работа студентов</i>
<i>Изучив теоретическое содержание СЕ 1.3.1; 1.3.2,1.3.3. выполните задания</i>
Задание («знать») № 1. Вопросы к рассмотрению: 1. Разработка имиджевой концепции на основе результатов имидж-анализа и креативных технологий. 2. Поиск базовой метафоры образа носителя. 3. Имидж-легенда как принцип структурирования имиджеобразующей информации носителя и ожиданий аудитории имиджа.

4. Алгоритм разработки типового технологического сценария развития и внедрения имидж-легенды в имиджевый ресурс носителя.

Задание («уметь») № 2. Моделирование в ситуационно заданном континууме проведения базовых мероприятий *этапа имидж-креатива*.

- Разработка имидж легенды: определение цели, формулировка миссии, написание текста легенды.
- Создание прецедентного технологического сценария развития и внедрения имидж-легенды персоны (по заданию) в режиме «По образцу».

Задание («иметь представление») № 3. Инструментарий имиджмейкера на этапе имидж-креатив и имидж –дизайн: идеализация, метафоризация, мифологизация. Работа в режиме «Банк»

МОДУЛЬ 2. УПРАВЛЕНИЕ ИНДИВИДУАЛЬНЫМИ И ГРУППОВЫМИ ИМИДЖАМИ

БЛОК 2.1. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ИМИДЖИ

ЗАНЯТИЕ № 6. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ИМИДЖИ

Вид и содержание работы

Аудиторная самостоятельная работа студентов

*Изучив теоретическое содержание **СЕ 2.1.1., СЕ 2.1.2.** выполните задания*

Задание («знать») № 1. Тема для рассмотрения « Ролевая теория имиджа».

Ролевая теория имиджа утверждает, что имидж является разновидностью ролевого диапазона личности, поэтому имиджевая роль, также имеет две составляющие: *это «принятие» роли и ее исполнение личностью*. Моделирование индивидуального имиджа, как задача имиджмейкера, представляет собой следующую последовательность действий на этапе имидж-анализа:

- ШАГ 1. Определение ролевых амплуа индивидуального носителя, задаваемых сферой его имиджевой активностью
- ШАГ 2. Систематизации набора выявленных ролей-амплуа, а именно: их иерархизация по степени значимости для конкретного направления имиджевой коммуникации и целей имиджевой активности аудитории имиджа
- ШАГ 3. Принятие роли требует от исполнителя определенных имиджевых действий, при которых создание имиджа не происходит либо происходит менее активно, чем в других состояниях. Работа в режиме «Матричная таблица».

Задание («уметь») № 2. Освоение алгоритма ретроспективного представления *имиджевого портрета* культового персонажа шоу-бизнеса. Необходимо осуществить сбор и обработку прямой и косвенной имиджобразующей информации о носителе (выбрать или получить задание) в виде структурированного оценивания (по пятибалльной шкале) и анализа роли нижеперечисленных источников. Работа в режиме «Авторский ресурс»

Источники имиджформирующей информации

- Легкость самовыражения (от «фальшиво» до «искренне»).
- Целостность (завершенность) самовыражения.
- Стил/форма имиджа.
- Красота выражения (степень соответствия идеального и фактического).
- Статус (престиж) образа личности.
- Кино-, теле-, фотогеничность.
- Метафоры.
- Общая оценка имиджа.

Задание («иметь представление») № 3. Разработать ролевую имиджевую карту избранной персоны в режиме « По образцу»

Матричная таблица (задание № 1)

<i>Имиджевая активность</i>	<i>Носитель</i>	<i>Аудитория</i>	<i>Результат</i>
Высокая			
Средняя			
Отсутствие			

Матричная таблица (задание № 3)

Имиджевые роли (иерархия)	Имиджевые действия			
	эмоционально-экспрессивные	информационно-коммуникативные	индивидуально-поведенческие	социально-психологические

БЛОК 2.1. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ИМИДЖИ

ЗАНЯТИЕ № 7. ЧАСТНЫЕ ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ИМИДЖИ

Вид и содержание работы

Аудиторная самостоятельная работа студентов

Изучив теоретическое содержание СЕ 2.1.1.,СЕ 2.1.2. выполните задания («знать»/«уметь», «иметь представление»)

Задание («знать»-«уметь») № 1. Коммуникативные функции мимики в типичных деструктивных ситуациях

№	Функция	Коммуникативная задача
1		
2		
3		

Задание («знать»-«уметь») № 2. Иллюстрация базовых типов жестов в профессиональной сфере

№	Тип	Пример №1	Пример №2	Пример №3
1	Жесты- символы			
2	Жесты-адаптеры			
3	Жесты-регуляторы			
4	Жесты-иллюстраторы			
5	Жесты- аффекторы			

Задание («знать»-«уметь») № 3. Кинетические композиции для выражения коммуникативной установки общего профиля

Тип установки	2 типичные позы	2типичных жеста	2 типичных

			мимических жеста
Включенность			
Исключенность			
Доминирование			
Зависимость			
Противостояние			
Гармония			

Задание («знать»-«уметь») № 4. Габитарный имидж как средство маркировки ролевого типажа в определенной информационной среде (на телевидении, в политике, спорте, бизнесе).

ИМИДЖЕВЫЕ ПАРАМЕТРЫ	ИМИДЖ-ТИПАЖ (РОЛЕВОЙ МОДУЛЬ)		
	«герой»	«антигерой»	«загадочная личность»
Природно-биологические			
Социо-культурные			
Социально-эмпирические			
Символические			

Внеаудиторная самостоятельная работа

Задание («иметь представление») № 5. Аудиовидео-тренинг: Профессиональное применение имиджмейкером методик идентификации содержания и направленности просодической и экстралингвистической информации в профессиональных средах.

МОДУЛЬ 2.УПРАВЛЕНИЕ ИНДИВИДУАЛЬНЫМИ И ГРУППОВЫМИ ИМИДЖАМИ

БЛОК 2.2. ГРУППОВЫЕ ИМИДЖИ

ЗАНЯТИЕ № 8. ГРУППОВЫЕ ИМИДЖИ

Вид и содержание работы

Аудиторная самостоятельная работа студентов

*Изучив теоретическое содержание **СЕ 2.2.1.,СЕ 2.2.2.** выполните задания*

Задание («знать») № 1. Тема для рассмотрения « Групповые имиджи и групповые стереотипы».

1. Имидж и стереотип: сходство и различие.
2. Групповые имиджи (профессиональные, этнические, гендерные).
3. Имиджи «ин-групп» и «аут-групп».
4. Управление стереотипизированным ядром через изменение знаков и композиции.

Задание («уметь») № 2. Информационный сервис в туризме – это имиджевое программирование восприятия потенциальными клиентами предложения туристского объекта как соответствующего их личным ожиданиям. Используя режим «По образцу», Вначале восстановите по названиям имиджевых публикаций профиль ожиданий сегментированной по социальным группам аудиторию следующих объектных (территориальных) имиджей

- «Медовый Париж»,
- «Домашняя Малайзия»,
- «Оперный Мюнхен»,
- «Тусовочные Мальдивы»,
- «Семейный Кипр».

Затем, сравнив полученный результат с исходным имиджевым продуктом (публикацией, рекламой), оцените качество проделанной работы в режиме «Креативный формат».

Внеаудиторная самостоятельная работа

Задание («иметь представление») № 3.

Разработать имиджевую концепцию и подготовить фото-сессию или коллаж на актуальную социальную тему (защита бродячих животных, мусор и вандализм в городе) в режиме «Креативный формат».

БЛОК 2.2. ГРУППОВЫЕ ИМИДЖИ

ЗАНЯТИЕ № 9. ГРУППОВЫЕ ИМИДЖИ В СМИ

Вид и содержание работы

Аудиторная самостоятельная работа студентов

*Изучив теоретическое содержание **СЕ 2.2.1., СЕ 2.2.2.** выполните задания*

Задание («знать») № 1. Тема для рассмотрения « Гендерные метаморфозы имиджа в СМИ и рекламе»

1. Гендер и имиджевые роли.
2. Гендер в политических имиджах.
3. Индустрия моды и индустрия гендерных имиджей.
4. Метросексуализм как имиджевое явление.
5. Гей-культура и новые имиджевые роли

Задание («уметь») № 2. Позиционирование групповой (гендерной и этнической) принадлежности в СМИ как стратегия структурирования имидж-легенды (на примере индивидуального публичного имиджа) в режиме «По образцу».

Задание («иметь представление») № 3 . Разработать имиджевую карту актуального для публичного пространства и СМИ гендерно- маркированного группового носителя имиджа (например, «it-girls») в режиме «По образцу».

БЛОК 3.1.1. ОБЪЕКТНЫЕ ИМИДЖИ
ЗАНЯТИЕ № 10. УПРАВЛЕНИЕ ОБЪЕКТНЫМИ ИМИДЖАМИ
<i>Вид и содержание работы</i>
<i>Аудиторная самостоятельная работа студентов</i>
<i>Изучив теоретическое содержание СЕ 3.1.1, СЕ 1.1.1. выполните задание</i>
<p>Задание («знать») № 1. Сообщения на темы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Предпосылки и необходимости формирования объектного (вещественно-средового) имиджа в современных условиях. 2. Персонификация и проекция как механизмы формирования объектного имиджа в структуре сопутствующего имиджа политика, бизнесмена, шоу-мена (исторический и актуальный ракурсы). 3. Механизмы воздействия эстетики предметного мира на субъектного носителя имиджобразующей информации. 4. Исторические инновации в технологиях конструирования средового имиджа.
<p>Задание («уметь») № 2. Представить технологический портрет формирования и функционирования одного (по выбору) из типов объектного имиджа с использованием приема персонификации (и его разновидностей). Работа в режиме «Авторский ресурс»</p>
<p>Задание («уметь») № 3. Написание имиджевой статьи по направлению «Имиджи культовых объектов»(Пример:«Шапка-ушанка- один из национальных символов России. Она спасает нас от зимних морозов, ее мы ломаем перед начальством, ею закидываем наших врагов. При этом никто толком не знает, откуда и почему она у нас взялась» (Журнал «Story»). Работа в режиме «Авторский ресурс».</p>
<i>Внеаудиторная самостоятельная работа студентов</i>
<p>Задание (« иметь представление») № 4. Продолжить работу по направлению «Имиджи культовых объектов» в режиме «Банк» и «Комментарий» по профилям:</p> <ol style="list-style-type: none"> А) культовые туристические имиджи и бренды; Б) культовые бренды в индустрии моды и парфюмерии; В) вещественно-средовая составляющая имиджа публичного человека. <p>Работа в режиме «Авторский ресурс».</p>

БЛОК 3.1.2. ИМИДЖИ И БРЕНДЫ СТРАН И РЕГИОНОВ
ЗАНЯТИЯ № 11. ИМИДЖИ СТРАН И ТЕРРИТОРИЙ
<i>Вид и содержание работы</i>
<i>Аудиторная самостоятельная работа студентов</i>
<i>Изучив теоретическое содержание СЕ 3.1.2 выполните задание</i>
<p>Задание («знать») № 1. Исследовательские проекты на темы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. «Имиджевый рейтинг туристических стран и городов» 2. «Нейтрализация потоков имиджразрушающей информации и стратегий имиджразрушающих технологии в туристском бизнесе». 3. «От имиджа туроператора –к имиджу страны». <p>Работа в режиме «Авторский ресурс».</p>
<p>Задание («уметь») № 2. Исследовательское эссе на тему « Экобренды в структуре имиджа стран – центров международного туризма».</p> <p>PR-проект по формированию и продвижению объектов гостиничного сервиса в</p>

г.Н.Новгород в комплексе собирательного имиджа региона и объектов регионального туризма.
Работа в режиме «Авторский ресурс».

Внеаудиторная самостоятельная работа студентов

Задание («иметь представление») № 3. Сбор материалов по направлению «Объекты гостиничного и ресторанного сервиса г.Н.Новгород в структуре собирательного имиджа региона в режиме «Креативный формат».
Работа в режиме «Авторский ресурс» .

БЛОК 3.1.2. ИМИДЖИ И БРЕНДЫ СТРАН И РЕГИОНОВ

ЗАНЯТИЕ № 12. УПРАВЛЕНИЕ РЕГИОНАЛЬНЫМИ ИМИДЖАМИ

Вид и содержание работы

Аудиторная самостоятельная работа студентов

Изучив теоретическое содержание СЕ 3.1.2 выполните задание

Задание («знать») № 1. Исследовательские проекты на темы:

4. «Имиджи перспективных отраслей регионального туризма в России».
5. «Этнический туризм в Волго-Вятском регионе Российской Федерации».
6. «Нижний Новгород - форпост промышленного туризма региона».

Работа в режиме «Авторский ресурс»

Задание («уметь») № 2. PR-проект по формированию и продвижению г.Н.Новгород и нижегородцев в структуре инновационных форм туризма.
Работа в режиме «Авторский ресурс»

Внеаудиторная самостоятельная работа студентов

Задание («иметь представление») № 3. Сбор информации по темам исследовательского и PR-проекта в профильных региональных изданиях и на Интернет ресурсах в режиме «Банк».

ПРАКТИКУМ МОДУЛЯ 3. УПРАВЛЕНИЕ ОБЪЕКТНЫМИ И ОРГАНИЗАЦИОННЫМИ ИМИДЖАМИ

БЛОК 3.2.1 СИМВОЛИЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ ОРГАНИЗАЦИИ

ЗАНЯТИЕ № 13- №14. УПРАВЛЕНИЕ ИМИДЖЕМ ОРГАНИЗАЦИИ

Вид и содержание работы

Аудиторная самостоятельная работа студентов

Изучив теоретическое содержание СЕ 2.1.2, СЕ3.1.2, СЕ 3.2.1 выполните задание

Задание («уметь») № 1. Охарактеризовать совокупный имидж организации (крупной, хорошо известной по СМИ и Интернету, например, банка «Москва», или средней, в которой Вы работаете или проходили практику).

Режим работы «Матричная таблица».

Внеаудиторная самостоятельная работа студентов

Задание («иметь представление») № 2. Имиджевая реклама. В режиме «Банк» и «Иллюстрации» представить не мене пяти известных брендов в динамике за 5 последних лет.

Матричная таблица

Носители	Концептуальный	Коммуникативный	Событийный	Контекстный
Лидер				
Услуга				
Организация				

БЛОК 3.2.1 ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ИМИДЖИ	
ЗАНЯТИЕ № 15- № 16. УПРАВЛЕНИЕ РЕПУТАЦИЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ	
<i>Вид и содержание работы</i>	
<i>Аудиторная самостоятельная работа студентов</i>	
<i>Изучив теоретическое содержание , СЕ3.2.2, СЕ 3.2.3 выполните задание</i>	
<p>Задание («уметь») №1. Тема для разработки «PR-проект «Формирование положительной репутации у новых целевых аудиторий а) политической организации (партии, движения); б) нового канала вещания.</p> <p>Стратегии: Осуществить диагностику существующей репутации. Создать образ «идеальной репутации». Осуществить мероприятия по конструированию (дизайну) новой репутации.</p> <p>Тактики: Сконструировать и осуществить трансляцию несущей метафоры. Конструирование и внедрение мифа лидера.</p> <p>Методики реализации: Разработка информационных поводов. Блокировка неблагоприятных информационных ситуаций. Разработка и проведение акций, влияющих на закрепление позитивной репутации. Подготовка информационных материалов. Налаживание личных контактов. Организация внутрикорпоративных мероприятий</p>	
<i>Внеаудиторная самостоятельная работа студентов</i>	
<p>Задание («иметь представление») № 2: Сбор и анализ информации СМИ о прецедентах организационных репутационных скандалов из-за некачественной работы СМИ и промахов рекламных компаний (формат «Банк» и «Комментарии»).</p>	

БЛОК 3.2.1 СИМВОЛИЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ ОРГАНИЗАЦИИ	
ЗАНЯТИЕ № 17. УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННЫМ БРЕНДОМ	
<i>Вид и содержание работы</i>	
<i>Аудиторная самостоятельная работа студентов</i>	
<i>Изучив теоретическое содержание , СЕ3.2.2, СЕ 3.2.3 выполните задание</i>	
<p>Задание («уметь») №1. Вопросы для рассмотрения:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Создание культуры, ориентированной на бренд как задача креативной организации. Влияние бренда на деятельность организации. • Драйверы организации и драйверы бренда. • Корпоративная индивидуальность и корпоративный имидж. • Понятие, структура и функции брендовой культуры. • Лояльность партнеров и сотрудников к бренду. • Субъекты управления точками контакта с брендом сотрудников организации, их роли и задачи. 	
<i>Внеаудиторная самостоятельная работа студентов</i>	

Задание (« иметь представление») № 2: Разработка иллюстративного пособия на тему «Управление потребительским поведением через точки контакта с брендом» в режиме « Авторский ресурс».

4.2.Методические рекомендации по организации аудиторной работы студентов и осуществлению текущего контроля на лекционных занятиях

Назначение лекции как вида аудиторной работы. Для ориентации в материале дисциплины предназначены лекции преподавателя: в них содержатся основные определения, задается логика освоения курса, разъясняются задания для аудиторной работы, ее цель и критерии оценки результатов.

Вид (форма) лекционного занятия. Современные формы лекционных занятий разнообразны и значительно эффективнее нежели традиционные (информационные) лекции. Одной из них является лекция с **актуальной обратной связью**.

Эффективность познавательной деятельности студентов во время таких лекции значительно повышается, так как, если студенты будут знать, что в конце лекции им будут предложены контрольные вопросы или задания. улучшается качество процесса запоминания излагаемого на занятии содержания, развивается слуховая оперативная память и так далее.

Процедура оценивания : участие в выполнении контрольных работ в форме индивидуального или группового выполнения блиц-заданий.

Цель: получение быстрой оперативной информации о степени усвоения учебного материала на занятии, поведенческих индикаторов личностного развития в процессе социального взаимодействия с преподавателем и другими студентами.

На лекции используются кратковременные (10-15 мин) письменные опросы для обратной связи, помогающие корректировать умственную деятельность в режиме «здесь и сейчас». Студентам предлагается высказаться в письменном виде по поводу прослушанной информации по вопросам и заданиям, составленным преподавателем

Задача: формирование операционности (способности быть примененными при решении проблемы) знаний

Методические рекомендации:

1. Обнаружить проблемную ситуацию, содержащуюся в вопросе/задании через постановку учебных проблем;
2. Осуществить подбор аргументов, фактов для их подтверждения;
3. Сформулировать оценочные суждения, сделать выводы

Критерии оценивания:

- Проблемная ситуация обнаружена, путь поиска представлен в режиме саморефлексии;
2. Ситуация проанализирована с использованием материала текущей лекции;
 3. Качественно осуществлен подбор аргументов, фактов для их подтверждения;
 3. Представлены выводы с использованием материала текущей лекции;

***Комплект тематик для осуществления контроля находится в составе КОС**

4.4.Методические рекомендации по организации аудиторной работы студентов и осуществлению текущего контроля на практических занятиях

Цель проведения практических занятий – закрепление теоретического материала и формирование у обучающихся необходимых познавательных и практических умений по изучаемой теме.

В овладении теорией вопроса большую и важную роль играет как индивидуальная работа,

так и коллективные занятия, опирающиеся на групповое мышление. Практические занятия по учебной дисциплине – это коллективные занятия.

Образовательные технологии. Поэтому для реализации целей аудиторной работы студентов при изучении дисциплин начального этапа обучения используется **метод работы в малых группах**. Основная цель групповой оценки - учащийся не только имеет ответственность за результаты группы в целом, но и ощущает свой индивидуальный вклад, а также он должен видеть свой очевидный прогресс в обучении. В процессе оценки групповых учебных результатов должен соблюдаться баланс индивидуальных командных интересов и достижений

Цель: приближение учебных действий студентов к реальным, соответствующим будущим моделям социального взаимодействия в общественной жизни; поэтапное формирование умений и навыков, т.е. движение от знаний к умениям, от простого к сложному и т.д.; выработка индивидуальных и коллективных умений и навыков.

Методические рекомендации:

1. Оказание постоянной взаимопомощи и взаимоподдержке посредством взаимопроверок самостоятельных работ, пересказа друг другу изучаемого материала;
2. Совместное выполнение аудиторных заданий;
3. Взаимоисправление ошибок и ответственность за полученный результат;
4. Совместная подготовка к зачету

Критерии оценки групповой работы:

1. Усвоение теоретического материала курса;
2. Умение выражать мысли, слушать партнеров, конструктивно взаимодействовать, принимать коллективные решения;
3. Умение работать в жестком регламенте, общаться в нормированных процедурах, действовать по правилам.



Формы коллективной работы на практическом занятии.

В течение практического занятия студенты выполняют одну или несколько работ (заданий) под руководством преподавателя в соответствии с изучаемым содержанием учебного материала.

Групповое обсуждение по теме (дискуссия). В диалоге хорошо усваивается новая информация, видны убеждения студента, обсуждаются противоречия (явные и скрытые) и недостатки. Для обсуждения берутся конкретные актуальные вопросы, с которыми студенты предварительно ознакомлены. Дискуссии проводятся с целью выявления мнения студентов по актуальным вопросам, что позволит подготовиться к зачету (экзамену) и научит умению рассуждать на проблемные темы.

- **Методические рекомендации по организации дискуссии:** разделение студентов на группы по их желанию (с обязательным участием студента с устойчивым интересом к данному предмету); постановка общих целей и задач для группы; работа в последовательности: индивидуальная, парная (чаще всего -перекрестный опрос), работа в группе, коллективная; обязательное предварительное ограничение по времени каждого этапа занятий; экспертный анализ; оценка работы группы преподавателем; проведение самооценки.
- **Критерии оценки:**



Выполнение общих и индивидуальных заданий.

В процессе практического занятия основные положения лекции уточняются и иллюстрируются в ходе **выполнения учебных заданий** (репродуктивных, что соответствует пороговому уровню освоения дисциплины и реконструктивных, что

соответствует углубленному уровню освоения дисциплины. Оба класса задач представлены в обязательных **письменных работах**.

Репродуктивные задания – это задания, результат выполнения которых (ответ на вопрос) является готовым знанием (то есть содержится в лекции или рекомендованной к освоению литературе). Они способствуют получению предметных знаний и умений.

Их виды : 1. тестовые задания с выбором ответа в закрытой форме, на установление соответствия в закрытой форме или на установление правильной последовательности в закрытой форме; 2. простые вопросы с коротким ответом; 3. несложные задания по воспроизведению текста и др.

Реконструктивные задания формируют умения анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей.

Их виды : 1. проведения интеллектуальных действий по разделению информации на взаимозависимые части и выявлению взаимосвязей между ними; 2. проведения интеллектуальных действий по осознанию и объяснению принципов организации процесса, структуры явления (анализ); 3. проведения интеллектуальных действий по интерпретации полученных результатов.

В процессе практического занятия основные положения лекции уточняются и иллюстрируются в ходе **выполнения учебных заданий** (репродуктивных, что соответствует пороговому уровню освоения дисциплины и реконструктивных, что соответствует углубленному уровню освоения дисциплины. Оба класса задач

Контрольные письменные работы.

Письменная проверка используется во всех видах контроля. Все виды аудиторных заданий выполняются письменно. Письменный ответ приучает к точности, лаконичности, связности изложения мысли.

Цель: возможность поставить всех студентов в одинаковые условия; возможность разработки равноценных по трудности вариантов вопросов; возможность объективно оценить ответы при отсутствии помощи преподавателя; возможность проверить обоснованность оценки; уменьшение субъективного подхода к оценке подготовки студента, обусловленного его индивидуальными особенностями.

Методические рекомендации: 1. Контрольные работы проводятся после завершения изучения темы или раздела. 2. Принципы составления контрольных работ: наличие заданий разной степени сложности и трудности; в состав контрольной работы входят не только репродуктивные задачи (тестовые задания), но и реконструктивные, требующие, например, графического описания процессов или анализа явлений в конкретной ситуации в форме матричных таблиц.

Критерии оценки: 1. наличие или отсутствие типичных ошибок, 2. полнота и точность изложения вопроса; 3. оценка качества письменной речи, четкость и последовательность изложения мыслей, 5. наличие и достаточность пояснений и примеров.

3. Методические рекомендации по организации и планированию самостоятельной работы на этапе текущего контроля

Образовательные технологии

Для реализации целей самостоятельной (внеаудиторной) работы студентов в том числе используется **метод работы в малых группах**. Основная цель групповой оценки - приближение учебных действий студентов к реальным, соответствующим будущим моделям социального взаимодействия в общественной жизни; выработка индивидуальных и коллективных профессиональных умений и навыков.

Методические рекомендации: 1. оказание постоянной взаимопомощи и взаимоподдержки при поиске материала по отдельным темам (вопросам) для самостоятельного, в том числе, углубленного, освоения;

2. совместное составление обзоров по заданным темам ;
3. совместная подготовка к экзамену

Критерии оценки групповой работы: 1. усвоение теоретического материала курса; 2. умение выражать мысли, слушать партнеров, конструктивно взаимодействовать, принимать коллективные решения; 3. умение работать в жестком регламенте, общаться в нормированных процедурах, действовать по правилам.

3.1. К видам самостоятельной работы для овладения знаниями относятся: чтение текстов (основной и дополнительной) литературы и составление конспекта.

3.1.1.Чтение текстов (основной и дополнительной) литературы и составление конспекта.

- **Цель:** научить студентов работать с информацией, книгой, схемами, пользоваться учебной, методической и научной литературой.

Методические рекомендации: 1.прочитать изучаемый текст, выделяя главные мысли; 2. письменно зафиксировать их в виде кратких фраз-тезисов; 3.сверить с источником точность переданного смысла. 4. Разобраться с непонятным, в частности новыми терминами; 5. Заучить «рабочие определения» основных понятий; 6. Ответить на контрольные вопросы для самопроверки

- **Показатели оценки :** 1.полнота и точность смыслового выражения основных идей текста; 2. краткие и точные формулировки при выражении сути ; 3.наличие обобщений изученного материала.

3.2. К видам самостоятельной работы для закрепления и систематизации знаний относятся работа с конспектом лекций, и составление глоссария понятий

3.2.1.Работа с конспектом лекций (обработка текста).

- **Цель:** закрепление полученной информации, оценка состояния приращения (расширения и углубления) знания, перевод из готового наличного до знакомства с лекционным материалом в открытое для дополнения , конкретизации и углубления- после знакомства с информацией лекции;

- **Методические рекомендации:**

1. Внимательно прочитать материал по конспекту, составленному на учебном занятии. 2. Сделать уточняющие записи, комментарии, дополнения на полях тетради; 3. Маркером выделить смысловые части в записях (графическая и цветовая рефлексия) ; 4. Прочитать тот же материал по учебнику, учебному пособию. 5. Разобраться с непонятным, в частности новыми терминами. Заучить «рабочие определения» основных понятий;4. Ответить на контрольные вопросы для самопроверки, имеющиеся в учебнике

- **Показатели оценки:** 1. наличие индивидуального конспекта лекций; 2. отпечатки активной обработки лекционного материала после его выполнения.

3.2.2. Составление глоссария (словаря терминов).

- **Цель:** Работая с ключевыми понятиями темы, развить способность внимательно относиться к каждому слов как носителю смысла, ориентирующего в проблемном поле темы
- **Методические рекомендации:** 1. -определить ключевые понятия по каждому вопросу предложенной темы; 2. записать их в терминологический словарь в алфавитном порядке; 3.заучить новые для себя понятия темы для развития памяти

- **Критерии оценки:** 1. грамотное изложение сути понятия (термина); 2. Установление смысловой связи с другими терминами темы (курса); 3. Операциональное владение понятиями (уметь применять); 4. регулярность работы над понятиями курса терминологический словарь по каждой теме курса

3.3. К видам самостоятельной работы для формирования умений относится выполнение домашних заданий.

3.3.1. Выполнение теоретических и практических заданий

- **Цель:** развитие познавательных способностей и исследовательских умений студентов, формирование мыслительных и инструментальных навыков работы с культурологическими идеями и фактами
- **Методические рекомендации :** 1. Подобрать и изучить основные источники по теме ; 2. Обработать и систематизировать подобранную информацию по теме; 3. подобрать иллюстративные примеры (факты, имена, точки зрения) ; 4. . Обобщить и сделать вывод 5. оформить задание на компьютере.
- **Показатели оценки :** 1. полнота и качественность информации по заданной теме; 2. свободное владение материалом задания; 3. логичность и четкость изложения материала; 4. наличие и качество иллюстративного материала.

4. ВОПРОСЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ:
1. ИМИДЖЕЛОГИЯ: ОПРЕДЕЛЕНИЕ, ФУНКЦИИ, ОБЪЕКТ, ПРЕДМЕТ, УРОВНИ
2. МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЙ ХАРАКТЕР ИМИДЖЕЛОГИИ (ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ ИМИДЖА В СТРУКТУРЕ ИМИДЖЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ)
3. ИМИДЖИРОВАНИЕ И ИМИДЖМЕЙКИНГ.
4. ИНСТРУМЕНТАРИЙ ИМИДЖЕЛОГИИ (ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ, МИФОЛОГИЗАЦИЯ, МЕТАФОРИЗАЦИЯ, ВИЗУАЛИЗАЦИЯ, ВЕРБАЛИЗАЦИЯ
5. ЦЕЛИ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА
6. ДИАПАЗОН АВТОРСКИХ ОПРЕДЕЛЕНИЙ ПОНЯТИЯ «ИМИДЖ». ИМИДЖ И ОТЛИЧИТЕЛЬНЫЙ ОБЛИК
7. ФОРМА И СОДЕРЖАНИЕ ИМИДЖА
8. ИНТЕГРИРОВАННОЕ (СИСТЕМНОЕ) ОПРЕДЕЛЕНИЕ ИМИДЖА
9. ИМИДЖЕВАЯ КОММУНИКАЦИЯ, ЕЕ СУЩНОСТЬ, СТРУКТУРА И ДИНАМИКА
10. ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ИМИДЖА
11. НОСИТЕЛИ ИМИДЖФОРМИРУЮЩЕЙ ИНФОРМАЦИИ, ИХ ПРИРОДА , ТИПОЛОГИЯ И ФУНКЦИИ В ИМИДЖЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ
12. РЕЦИПИЕНТЫ И АУДИТОРИИ ИМИДЖА, ИХ ПРИРОДА , ТИПОЛОГИЯ И ФУНКЦИИ В ИМИДЖЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ.
13. ИМИДЖ КАК МЕНТАЛЬНАЯ КАРТА КОММУНИКАЦИИ НОСИТЕЛЯ И АУДИТОРИИ ИМИДЖА.
14. СИСТЕМНЫЙ ХАРАКТЕР ИМИДЖЕВОЙ КАРТЫ. БРЕНД- КОД КАК ЯДРО СТРУКТУРЫ ИМИДЖЕВОЙ КАРТЫ.
15. ИМИДЖФОРМИРУЮЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ, ЕЕ ПРИРОДА, ИСТОЧНИКИ И ВИДЫ.
16. МЕТОДЫ ПОЛУЧЕНИЯ И СПОСОБЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИМИДЖФОРМИРУЮЩЕЙ ИНФОРМАЦИИ.
17. ИМИДЖСОЗИДАЮЩИЕ (ВОЗВЫШЕНИЕ ИМИДЖА) И ИМИДЖРАЗРУШАЮЩИЕ (Понижение, дискредитация имиджа) ТЕХНОЛОГИИ
18. ПОНЯТИЕ МЕНТАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА АУДИТОРИИ ИМИДЖА
19. ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА: ИМИДЖ-АНАЛИЗ, ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ, СТРУКТУРА И ФУНКЦИИ, РЕЗУЛЬТАТЫ И МЕТОДЫ ИХ ПОЛУЧЕНИЯ

20. ИМИДЖ-КРЕАТИВ, ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ, СТРУКТУРА И ФУНКЦИИ, РЕЗУЛЬТАТЫ И МЕТОДЫ ИХ ПОЛУЧЕНИЯ
21. ИМИДЖ-ЛЕГЕНДА КАК ИНСТРУМЕНТ ИДЕАЛИЗАЦИИ , ИДЕНТИФИКАЦИИ И ОТСТРОЙКИ НОСИТЕЛЯ ИМИДЖА
22. ИМИДЖ-МОДЕЛИРОВАНИЕ, ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ, СТРУКТУРА И ФУНКЦИИ, РЕЗУЛЬТАТЫ И МЕТОДЫ ИХ ПОЛУЧЕНИЯ
23. ИМИДЖ-ПРОДВИЖЕНИЕ, ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ, СТРУКТУРА И ФУНКЦИИ, РЕЗУЛЬТАТЫ И МЕТОДЫ ИХ ПОЛУЧЕНИЯ
24. УПРАВЛЕНИЕ ИНДИВИДУАЛЬНЫМ ИМИДЖЕМ.
25. УПРАВЛЕНИЕ ОБЪЕКТНЫМ ИМИДЖЕМ
26. УПРАВЛЕНИЕ ГРУППОВЫМ ИМИДЖЕМ
27. УПРАВЛЕНИЕ КОРПОРАТИВНЫМ ИМИДЖЕМ
28. СПЕЦИФИКА ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА КАК ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЪЕКТА В РАЗЛИЧНЫХ СРЕДАХ (БИЗНЕС-СРЕДА, СРЕДА ШОУ-БИЗНЕСА, ПОЛИТИКА, СОЦИАЛЬНАЯ (СПОНСОРСТВО, БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ) СРЕДАХ

7.1 Рекомендуемая литература

7.1 Основная литература

Таблица 10

№ п/п	Автор(ы)	Заглавие	Издательство, год издания	Назначение, вид издания, гриф	Кол-во экз. в библиотеке
1	Горчакова В.Г.	Прикладная имиджелогия	Ростов н/Д : Феникс, 2010. - 478 с.	Учеб.пособие- ISBN 978-5-222-17219-3 Рекомендовано	5

7.2 Дополнительная литература

Таблица 11

№ п/п	Автор(ы)	Заглавие	Издательство, год издания	Назначение, вид издания, гриф	Кол-во экз. в библиотеке
1	Кривоносов А.Д.	Основы теории связей с общественностью	СПб.: Питер, 2011. - 376 с.	Учеб.пособие	16
2	Сальникова Л.С.	Репутационный менеджмент. Современные подходы и технологии	М. : Юрайт, 2013. - 304 с.	Учебник для бакалавров	2

7.3 Периодические издания

Связи с общественностью в бизнесе (2011-2015)- журнал;

Связи с общественностью в государственных структурах (2011-2015)- журнал;

Управление репутацией (2011-2015 гг.) - журнал;

7.4 Интернет ресурсы

1. http://www.e-biblio.ru/book/bib/12_SPO/osnovi_imidgelogii/imidgelogia.pdf
2. http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Econom/shep/01.php
3. http://bookz.ru/authors/natal_a-u bakova/imidjelo_421.html
4. <http://www.distedu.ru/fsf/p13943>
5. <http://www.diplomart.ru/subjects/lit-0156.html>
6. <http://www.twirpx.com/file/458438>

7.5 Методические указания и материалы по видам занятий

Проведение самостоятельной работы по дисциплине регламентируется:

1. Методические рекомендации обучающимся по организации самостоятельной работы по дисциплине «Философия имиджевой деятельности»
2. Методические рекомендации по организации и планированию самостоятельной работы студентов по дисциплине. Приняты Учебно-методическим советом НГТУ им. Р.Е. Алексеева, протокол № 2 от 22 апреля 2013 г. Электронный адрес: http://www.nntu.ru/RUS/otd_sl/ymy/metod_dokym_obraz/met_rekom_organiz_samoct_rab.pdf?20

1.6 Программное обеспечение современных информационно-коммуникационных технологий.

При осуществлении образовательного процесса студентами и профессорско-преподавательским составом используется следующее программное обеспечение:

- Microsoft Office (Fox manager, Excel, Power Point, Word, Visual Studio 2008);
- Портал электронного обучения НГТУ;

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Перечень материально-технического обеспечения, необходимого для реализации задач курса, включает в себя аудитории оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации и электронными средствами контроля знаний студентов и для самостоятельной работы обучающихся.

Лекционные занятия: комплект электронных презентаций/слайдов;

- аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук); *и т.п.*

Практические занятия (контроль знаний и самостоятельной работы):

- рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет; рабочие места студентов, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет, предназначенные для работы в электронной образовательной среде и т.п.
- презентационная техника (проектор, экран, компьютер/ноутбук,)