

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**  
**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Нижегородский государственный технический университет**  
**им. Р.Е. Алексеева» (НГТУ)**

**Институт экономики и управления (ИНЭУ)**  
(Полное и сокращенное название института, реализующего данное направление)

УТВЕРЖДАЮ:

Директор института:

\_\_\_\_\_  
подпись  
“16” мая 2023 г.

С.Н. Митяков

ФИО

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Б.1.В.ДВ.2.2. Философия имиджевой деятельности**  
**и развитие клиентурных отношений**

(индекс и наименование дисциплины по учебному плану)  
для подготовки бакалавров

Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность «Продвижение средств массовой информации»

Форма обучения: очная, заочная

Год начала подготовки 2022

Выпускающая кафедра СОМиК

Кафедра-разработчик СОМиК

Объем дисциплины 144/4 часов/з.е

Промежуточная аттестация экзамен

Разработчик: Цветкова Е.А., к.. философ. н., доцент

НИЖНИЙ НОВГОРОД, 2023 год

Рабочая программа дисциплины: разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО 3++) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом МИНОБРНАУКИ РОССИИ от 08 июня 2017 года № 512 на основании учебного плана принятого УМС НГТУ

протокол от 06.04.2023 № 16

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры разработчика протокол от 20.04.2023 № 4

Зав. кафедрой к.э.н, доцент \_\_\_\_\_ Е.А. Зайцева  
(подпись)

Программа рекомендована к утверждению ученым советом института ИНЭУ,  
Протокол от 16.05.2023 № 4.

Рабочая программа зарегистрирована в УМУ регистрационный № 42.03.01-  
П-55

Начальник МО \_\_\_\_\_

зедующая отделом комплектования НТБ \_\_\_\_\_ Н.И. Кабанина  
(подпись)

## **СОДЕРЖАНИЕ**

<b>1. Цели и задачи дисциплины.....</b>	<b>4</b>
<b>2. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....</b>	<b>4</b>
<b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля).....</b>	<b>4</b>
<b>4. Структура и содержание дисциплины.....</b>	<b>9</b>
<b>5.Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины.....</b>	<b>20</b>
<b>6. Учебно-методическое обеспечение дисциплины.....</b>	<b>25</b>
<b>7. Информационное обеспечение дисциплины.....</b>	<b>26</b>
<b>8. Образовательные ресурсы для инвалидов и лиц с ОВЗ.....</b>	<b>26</b>
<b>9. Материально-техническое обеспечение, необходимое для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....</b>	<b>27</b>
<b>10. Методические рекомендации обучающимся по освоению дисциплины.....</b>	<b>27</b>
<b>11. Оценочные средства для контроля освоения дисциплины.....</b>	<b>31</b>

## **1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Цель освоения дисциплины:**

Цель освоения дисциплины - сформировать интегрированный компетенциарный ресурс профессиональной деятельности по оптимизации деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью по актуализации имиджевых коммуникаций в клиентурных отношениях.

при выборе оптимальных коммуникационных процессов, соответствующего запросам потребителя имиджевого капитала.

### **Задачи освоения дисциплины (модуля):**

- воспроизводить и объяснять социальную значимости развития клиентурных отношений в процессе имиджевой деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;
- моделировать процессы участия в разработке элементов оптимизации деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью на основе алгоритмизированных схем управлеченческих действий при формировании имиджа;
- решать профессиональные задачи на основе приобретенных знаний и умений при создании предпосылок выбора оптимальных процессов в сфере деятельности рекламы и связей с общественностью, соответствующего запросам потребителя имиджевого капитала.

## **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Учебная дисциплина (модуль) «Философия имиджевой деятельности и развитие клиентурных отношений» включена в перечень, вариативной части дисциплин (формируемой участниками образовательных отношений) по выбору (запросу студентов), направленный на углубление уровня освоения компетенций. Дисциплина реализуется в соответствии с требованиями ФГОС, ОП ВО и УП.

Дисциплина «Философия имиджевой деятельности и развитие клиентурных отношений» является основополагающей для изучения следующих дисциплин: управление репутацией СМИ, специальные и корпоративные мероприятия в продвижении СМИ, репутационный менеджмент СМИ, интернет-маркетинг СМИ, семиотика рекламного текста профессионально-творческая практика, преддипломная практика, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

Рабочая программа дисциплины «Философия имиджевой деятельности и развитие клиентурных отношений» для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

### **3.КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)<sup>1</sup>**

Таблица 1- Формирование компетенций дисциплином

Наименование дисциплин, формирующих компетенцию совместно	Семестры, формирования дисциплины							
	1	2	3	4	5	6	7	8
<b>Код компетенции ПКС-2</b>					x			
Специальные и корпоративные мероприятия в продвижении СМИ ПКС-2					x			
Интернет-маркетинг СМИ ПКС-2						x		
Управление имиджем СМИ ПКС-2			x					
Философия имиджевой деятельности и развитие клиентурных отношений ПКС-2			x					
Управление репутацией СМИ ПКС-2				x				
Репутационный менеджмент ПКС-2					x			
Семиотика рекламного текста ПКС-2				x				
Профессионально-творческая практика ПКС-2					x			x
Преддипломная практика ПКС-2								x
Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы ПКС-2								x

<b>Код компетенции ПКС-6</b>							
Специальные и корпоративные мероприятия в продвижении СМИ ПКС-6				x			
Интернет-маркетинг СМИ ПКС-6					x		
Управление имиджем СМИ ПКС-6			x				
Философия имиджевой деятельности и развитие клиентурных отношений ПКС-2			x				
Управление репутацией СМИ ПКС-6				x			
Репутационный менеджмент ПКС-6				x			
Семиотика рекламного текста ПКС-6				x			
Профессионально-творческая практика ПКС-6					x		x
Преддипломная практика ПКС-6							x
Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы ПКС-6							x
<b>Код компетенции ПКС-8</b>							
Управление имиджем СМИ ПКС-8			x				
Философия имиджевой деятельности и развитие клиентурных отношений ПКС-8			x				
Семиотика рекламного текста ПКС-8				x			
Преддипломная практика ПКС-8							x
Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы ПКС-8							x

**ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ,  
СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОП**

Таблица 2- Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения

<b>Код и наименование</b>	<b>Код и наименование индикатор:</b>	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>	<b>Оценочные средства</b>	
			<b>Текущего</b>	<b>Промежуточной</b>

<b>компетенции</b>	<b>достижения компетенции</b>				<b>контроля</b>	<b>аттестации</b>
<b>ПКС-2</b> Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	<b>ИПКС-2.2.</b> Использует социальные проекты в качестве инструмента реализации политики социальной и корпоративной ответственности организации	<b>Знать:</b> направлена политики развития клиентурных отношений на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ПКС-2.2);	<b>Уметь:</b> анализировать направления политики развития клиентурных отношений на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ИПКС-2.2);	<b>Владеть:</b> - навыками проектирования направлений политики клиентурных отношений на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ИПКС-2.2);	Знаниевые и деятельностные кимиджевые задачи	Вопросы по темам курса (Всего 22 вопроса)
	<b>ИПКС-2.3.</b> Разрабатывает и обосновывает варианты управленческих решений на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	<b>Знать:</b> - основы разработки и обоснования вариантов управленческих решений при продвижении своего имиджа в СМИ на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ИПКС-2.3).	<b>Уметь:</b> разрабатывать и обосновывать вариантов управленческих решений на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ИПКС-2.3).	<b>Владеть:</b> навыками разработки и обоснования вариантов управленческих решений при продвижении своего имиджа в СМИ на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ИПКС-2.3).	Знаниевые и деятельностные имиджевые задачи	

<b>ПКС-6</b> Способен организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости и продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия	<b>ИПКС-6.2.</b> Организовывает проекты, направленные на повышение узнаваемости и продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия	<b>Знать</b> подходы к организации проектов, направленных на повышение узнаваемости и продукции СМИ (через продвижение своего имиджа), включая благотворительные мероприятия (ИПКС-6.2);	<b>Уметь:</b> организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости и продукции СМИ (через продвижение своего имиджа в СМИ), включая благотворительные мероприятия (ИПКС-6.2);	<b>Владеть:</b> навыками организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости и продукции СМИ (через продвижение своего имиджа в СМИ), включая благотворительные мероприятия (ИПКС-6.2);	Знаниевые и деятельностные имиджевые задачи	
	<b>ИПКС-6.3.</b> Анализирует коммуникационные эффекты благотворительных мероприятий	<b>Знать :</b> существенные особенности коммуникационных благотворительных мероприятий при продвижении имиджа в СМИ (ИПКС-6.3).	<b>Уметь:</b> анализировать коммуникационные эффекты благотворительных мероприятий при продвижении имиджа в СМИ (ИПКС-6.3).	<b>Владеть:</b> навыками анализировать коммуникационные эффекты благотворительных мероприятий при продвижении имиджа в СМИ (ИПКС-6.3).	Знаниевые и деятельностные имиджевые задачи	
<b>ПКС-8</b> Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	<b>ИПКС-8.1.</b> Создает актуальные информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	<b>Знать:</b> инструменты трансляции миссии и философии организации и целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде при реализации клиентурных отношений (ИПКС-8.1);	<b>Уметь:</b> - применять творческие решения в управлении клиентурными отношениями с учетом мирового и отечественного опыта (ИПКС-8.1);	<b>Владеть:</b> - навыками создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, в том числе при реализации клиентурных отношений	Знаниевые и деятельностные имиджевые задачи	

				(ИПКС-8.1);		
	<b>ИПКС-8.3.</b> Разрабатывает инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	Знать: инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде при управлении имиджем СМИ (ИПКС-8.3).	Уметь: осуществлять трансляцию миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде при реализации клиентурных отношений (ИПКС-8.3).	Владеть: - навыками трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде при реализации клиентурных отношений (ИПКС-8.3).	Знаниевые и деятельностные имиджевые задачи	

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зач.ед. 144 часа, распределение часов по видам работ семестрам представлено в таблице 3.

##### Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам Для студентов очного обучения

Вид учебной работы	Грудоёмкость в час		
	Всего час.	В т.ч. по семестрам	
		№ сем 4	№ сем
<b>Формат изучения дисциплины</b>	с использованием элементов электронного обучения		
<b>Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану</b>	<b>144/4</b>	<b>144/4</b>	
<b>1. Контактная работа:</b>			
<b>1.1. Аудиторная работа, в том числе:</b>	<b>57</b>	<b>57</b>	
занятия лекционного типа (Л)	17	17	
занятия семинарского типа (ПЗ-семинары, практ. Занятия и др)	34	34	
лабораторные работы (ЛР)			
<b>1.2. Внеаудиторная, в том числе</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	
курсовая работа (проект) (КР/КП) (консультация, защита)			
текущий контроль, консультации по дисциплине	4	4	
контактная работа на промежуточном контроле (КРА)	4	4	
<b>2. Самостоятельная работа (СРС)</b>	<b>51</b>	<b>51</b>	
реферат/эссе (подготовка)			
расчётно-графическая работа (РГР) (подготовка)			

контрольная работа			
курсовая работа/проект (КР/КП) (подготовка)			
самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиум и т.д.)	51	51	
Подготовка к экзамену (контроль)	36	36	

**Для студентов заочного обучения**

Вид учебной работы	Трудоёмкость в час		
	Всего час.	В т.ч. по семестрам	
	№ сем 3	№ сем	
<b>Формат изучения дисциплины</b>			
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	144/4	144/4	
<b>1. Контактная работа:</b>	22	22	
<b>1.3. Аудиторная работа, в том числе:</b>	16	16	
занятия лекционного типа (Л)	8	8	
занятия семинарского типа (ПЗ-семинары, практ. Занятия и др)	8	8	
лабораторные работы (ЛР)	-	-	
<b>1.4. Внеаудиторная, в том числе</b>	6	6	
курсовая работа (проект) (КР/КП) (консультация, защита)			
текущий контроль, консультации по дисциплине			
контактная работа на промежуточном контроле (КРА)	6	6	
<b>2. Самостоятельная работа (СРС)</b>	113	113	
реферат/эссе (подготовка)			
расчётно-графическая работа (РГР) (подготовка)			
контрольная работа			
курсовая работа/проект (КР/КП) (подготовка)			
самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиум и т.д.)	113	113	
Подготовка к экзамену (контроль)	9	9	

## 4.2. Содержание дисциплины, структурированное по темам

Таблица 4.1—Содержание дисциплины, структурированное по темам для студентов очного обучения

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)			Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Наименование разработанного Электронного курса (трудоемкость в часах)
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия				
ИПК С-8.3 ИПК С-8.1	<b>Раздел 1 Имидж в информационном пространстве общества</b>	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное освоение отдельных вопросов темы [6.1.2] )	Задачи текущего и промежуточного контроля	Вопросы для контроля освоенности компетенций по теме дисциплины)	3	2	4	
	<b>Тема 1.1.Статус имиджа в современном обществе.</b>							
ИПК С-8.1 ИПК С-8.3 ИПК	<b>Практическое занятие № 1. Имидж как элемент информационного рынка общества</b>	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное освоение отдельных вопросов темы [6.1.2] )	Задачи текущего и промежуточного контроля	Вопросы для контроля освоенности компетенций по теме дисциплины)	6	2	4	
	<b>Тема 1.2. Междисциплинарная теория имиджа как основа управления имиджем</b>							
	<b>Практическое занятие № 2. Субъекты и объекты имиджевой деятельности в системе клиентурных отношений</b>	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное освоение отдельных вопросов темы [6.1.2] )	Задачи текущего и промежуточного контроля	Вопросы для контроля освоенности компетенций по теме дисциплины)		4		

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)				Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Название разработанного Электронного курса (трудомкость в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа студентов (час)			
Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия						
C-2.2								
	Итого по разделу 1	4		8	12			
ИПК С-2.3 ИПК С-8.1	<b>Раздел 2. Теоретические модели имиджа</b>					Подготовка к лекциям [6.1.2]		
	<b>Тема 2.1. Имидж как символическая система и информационный процесс.</b>	2			5	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное освоение отдельных вопросов темы [6.1.2] )	Задачи текущего и промежуточного контроля	Вопросы для контроля освоенности компетенций по теме дисциплины)
ИПКС -8.1 ИПКС -2.2 ИПКС	<i>Практическое занятие № 3. Структура интегрированного имиджа субъекта клиентурных отношений</i>			4				
	<b>Тема 2.1 Символическая модель имиджа</b>	2			5	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное освоение отдельных	Задачи текущего и промежуточного контроля	Вопросы для контроля освоенности компетенций по

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)			Самостоятельная работа студентов (час)	Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Название разработанного Электронного курса (трудомкость в часах)					
		Контактная работа												
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия										
-6.2	Практическое занятие № 4 Концептуальное измерение имиджа.Имидж-легенда			4		вопросов [6.1.2] )	темы		теме дисциплины)					
ИПКС -8.1 ИПКС -2.2	<b>Тема 2.3. Интерактивно-коммуникативная модель имиджа</b>	2			5	Подготовка практических занятиям, самостоятельное освоение отдельных вопросов темы [6.1.2] )	Задачи текущего и промежуточного контроля	Вопросы для контроля освоенности компетенций по теме дисциплины)						
	Практическое занятие № 5 Верbalное измерение имиджа: коммуникативная компетенция носителя			4										
Итого по разделу 2		6		12	15									
<b>Раздел 3.Теория и практика управления имиджем</b>						Подготовка к лекциям [6.1.2] размещение в системе Moodle).								

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Название разработанного Электронного курса (трудомкость в часах)				
		Контактная работа											
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия									
ИПК С-2.2 ИПК С-8.3	<b>Тема 3.1. Имиджирование и миджмейкинг.</b>	2			8	Подготовка практическим занятиям, самостоятельное освоение отдельных вопросов темы [6.1.2] )	Задачи текущего и промежуточного контроля	Вопросы для контроля освоенности компетенций по теме дисциплины)					
	<i>Практическое занятие № 6 Событийно-поведенческое измерение имиджа Кинетический имидж</i>			4									
ИПК С-2.2 ИПК С-8.3 ИПК С-8.1	<b>Тема 3.2.. Коммуникативно-управленческая модель имидж.</b>	2			8	Подготовка практическим занятиям, самостоятельное освоение отдельных вопросов темы [6.1.2] )	Задачи текущего и промежуточного контроля	Вопросы для контроля освоенности компетенций по теме дисциплины)					
	<i>Практическое занятие № 7 Визуальное измерение имиджа типичного носителя в точках контакта с клиентами. Габитарный и кинетический имидж персонального носителя имиджа</i>			4									
ИПК С-2.3 ИПК С-6.3	<b>Тема 3.3. Предметно средовой имидж в информационной структуре клиентурных отношений</b>	1			8	Подготовка практическим занятиям, самостоятельное освоение отдельных	Задачи текущего и промежуточного контроля	Вопросы для контроля освоенности компетенций по					
	<i>Практическое занятие № 8 Контекстное измерение имиджа субъекта клиентурных отношений. Вещественно-средовой</i>			2									

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)			Самостоятельная работа студентов (час)	Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Название разработанного Электронного курса (трудомкость в часах)
		Контактная работа	Лекции	Лабораторные работы					
ИПК С-8.3	ИМИДЖ					вопросов [6.1.2] )	темы	теме дисциплины)	
	<b>Итого по разделу 3.</b>	<b>5</b>		<b>10</b>	<b>24</b>				
	<b>ИТОГО по дисциплине</b>	<b>17</b>		<b>34</b>	<b>51</b>				

**Задания к лекционным и практическим задачам работам содержатся в учебном и учебно-методических пособиях автора РПД:**

Брендинг и креативные направления PR-деятельности: учеб. пособие/ Е.А. Зайцева, Н.В. Сухенко, Е.А. Цветкова; Нижегород. гос. техн. ун-т им Р.Е. Алексеева. - Н. Новгород, 2017. - 96 с. Е.А.Цветкова Имиджелогия Учебно-метод.комплекс по дисц."Имиджелогия"НГТУ им.Р.Е.Алексеева, Каф."Связи с общественностью, маркетинг и коммуникации"- Н.Новгород : [Б.и.], 2010. - 47 с.

## 4.2. Содержание дисциплины, структурированное по темам

Таблица 4.1—Содержание дисциплины, структурированное по темам для студентов заочного обучения

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)			Самостоятельная работа студентов (час)	Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Наименование разработанного Электронного курса (трудоемкость в часах)
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия					
ИПК С-8.3 ИПК С-8.1	<b>Раздел 1 Имидж в информационном пространстве общества</b>				2	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное освоение отдельных вопросов темы [6.1.2] )	Задачи текущего и промежуточного контроля	Вопросы для контроля освоенности компетенций по теме дисциплины)	
	<b>Тема 1.1.Статус имиджа в современном обществе.</b>			1					
ИПК С-8.1 ИПК С-8.3 ИПК	<b>Тема 1.2. Междисциплинарная теория имиджа как основа управления имиджем</b>	1				Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное освоение отдельных вопросов темы [6.1.2] )	Задачи текущего и промежуточного контроля	Вопросы для контроля освоенности компетенций по теме дисциплины)	
	<b>Практическое занятие № 2. Субъекты и объекты имиджевой деятельности в системе клиентурных отношений</b>			1	10				

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)				Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Название разработанного Электронного курса (трудомкость в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа студентов (час)			
Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия						
C-2.2								
	Итого по разделу 1	2		2	20			
ИПК С-2.3 ИПК С-8.1	<b>Раздел 2. Теоретические модели имиджа</b>				Подготовка к лекциям [6.1.2]			
	<b>Тема 2.1. Имидж как символическая система и информационный процесс.</b>	1			Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное освоение отдельных вопросов темы [6.1.2] )	Задачи текущего и промежуточного контроля	Вопросы для контроля освоенности компетенций по теме дисциплины)	
	<i>Практическое занятие № 3. Структура интегрированного имиджа субъекта клиентурных отношений</i>			1				
ИПКС -8.1 ИПКС -2.2 ИПКС	<b>Тема 2.1 Символическая модель имиджа</b>	1			Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное освоение отдельных	Задачи текущего и промежуточного контроля	Вопросы для контроля освоенности компетенций по	

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)			Самостоятельная работа студентов (час)	Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Название разработанного Электронного курса (трудомкость в часах)					
		Контактная работа												
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия										
-6.2	Практическое занятие № 4 Концептуальное измерение имиджа.Имидж-легенда			1		вопросов [6.1.2] )	темы	теме дисциплины)						
ИПКС -8.1 ИПКС -2.2	<b>Тема 2.3. Интерактивно-коммуникативная модель имиджа</b>	1			20	Подготовка практических занятиям, самостоятельное освоение отдельных вопросов темы [6.1.2] )	Задачи текущего и промежуточного контроля	Вопросы для контроля освоенности компетенций по теме дисциплины)						
	Практическое занятие № 5 Верbalное измерение имиджа: коммуникативная компетенция носителя			1										
Итого по разделу 2		3		3	60									
<b>Раздел 3.Теория и практика управления имиджем</b>						Подготовка к лекциям [6.1.2] размещение в системе Moodle).								

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Название разработанного Электронного курса (трудомкость в часах)				
		Контактная работа			Самостоятельная работа студентов (час)								
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия									
ИПК С-2.2 ИПК С-8.3	<b>Тема 3.1. Имиджирование и миджмейкинг.</b>	1			10	Подготовка практическим занятиям, самостоятельное освоение отдельных вопросов темы [6.1.2] )	Задачи текущего и промежуточного контроля	Вопросы для контроля освоенности компетенций по теме дисциплины)					
	<i>Практическое занятие № 6 Событийно-поведенческое измерение имиджа Кинетический имидж</i>			1									
ИПК С-2.2 ИПК С-8.3 ИПК С-8.1	<b>Тема 3.2.. Коммуникативно-управленческая модель имидж.</b>	1			10	Подготовка практическим занятиям, самостоятельное освоение отдельных вопросов темы [6.1.2] )	Задачи текущего и промежуточного контроля	Вопросы для контроля освоенности компетенций по теме дисциплины)					
	<i>Практическое занятие № 7 Визуальное измерение имиджа типичного носителя в точках контакта с клиентами. Габитарный и кинетический имидж персонального носителя имиджа</i>			1									
ИПК С-2.3 ИПК С-6.3	<b>Тема 3.3. Предметно средовой имидж в информационной структуре клиентурных отношений</b>	1			13	Подготовка практическим занятиям, самостоятельное освоение отдельных	Задачи текущего и промежуточного контроля	Вопросы для контроля освоенности компетенций по					
	<i>Практическое занятие № 8 Контекстное измерение имиджа субъекта клиентурных отношений. Вещественно-средовой</i>			1									

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)			Самостоятельная работа студентов (час)	Вид СРС	Наименованые используемые активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Название разработанного Электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа	Лекции	Лабораторные работы					
ИПК С-8.3	ИМИДЖ					вопросов [6.1.2] )	темы	теме дисциплины)	
	<b>Итого по разделу 3.</b>	<b>3</b>		<b>3</b>	<b>33</b>				
	<b>ИТОГО по дисциплине</b>	<b>8</b>		<b>8</b>	<b>113</b>				

## **5. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.**

**5.1 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности**

**Тема 3.2.. Коммуникативно-управленческая модель имидж.**

Пример комплексного задания в составе глоссарной (знанияевой -ЗН) и матрично-табличной (деятельностной-ДН) задач

*Практическое занятие № 7 Визуальное измерение имиджа типичного носителя в точках контакта с клиентами. Габитарный и кинетический имидж персонального носителя имиджа*

**. Задание ( смешанное)**

**Визуальный имидж в структуре имиджа субъектного носителя**

- 1.Имидж как информационная структура (ЗН). Охарактеризовать а) феномен; б) цель и задачи визуального аспекта событийно-поведенческого имиджа индивидуального носителя (ДН).
2. Имиджобразующая информация (ЗН). Представить механизм влияния контекстной среды индивидуального носителя как источника прямой имиджобразующей информации (ДН)..
3. Имиджевая коммуникация и тип формируемого имиджа (ЗН). Раскрыть организационно-функциональную структуру имиджевой коммуникации, направленной на создание позитивного визуального имиджа ( образного сообщения) в сфере совместной деятельности носителя и его аудитории имиджа (ДН)..
4. Статус и роль носителя в имиджевой коммуникации (ЗН). Описать и выявить технологический алгоритм установления идентичности носителя и зависимости идентичности от функционального контекста существования носителя (ДН)..

**1. Перечень вопросов (тематик), выносимых на промежуточную аттестацию (экзамен)**

- 1.Цель имиджа как информационного статуса носителя в системе клиентурно-имиджевой коммуникации .
2. Инструментальный ( функциональный ) характер имиджа в системе клиентурно-имиджевой коммуникации
- 3 Параметры оценки эффективности имиджа в системе клиентурно-имиджевой коммуникации
- 4 Диапазон функций имиджа ( общая характеристика и направленность) в системе клиентурно-имиджевой коммуникации
- 5 Содержание и механизм реализации функции позиционирования носителем себя и своей деятельности через имидж в системе клиентурно-имиджевой коммуникации
- 6 Содержание и механизм реализации функции побуждения к действиям в системе клиентурно-имиджевой коммуникации через имидж
- 7 Демонстрация и обоснование роли внутреннего имиджа в целостном восприятии персонального, группового и организационного носителя в системе клиентурно-имиджевой коммуникации
- 8 Характеристики в системе клиентурно-имиджевой коммуникации «благоприятного» и «неблагоприятного» имиджа носителя, их специфика и формирование
- 9 Параметры аудитории имиджа в системе клиентурно-имиджевой коммуникации как фактора эффективности социальной активности
- 10 Роль культуры (субкультуры) как контекста в системе клиентурно-имиджевой коммуникации формировании и функционировании имиджа носителя

- 11 Изменчивость имиджа и динамической среде клиентурно-имиджевых отношений
- 12 Имидж как инструмент управления и объект управления в структуре клиентурных отношений
- 13 Интегрированные маркетинговые коммуникации как средство создания и продвижения имиджа во внешней среде посредством клиентурно-имиджевой коммуникации
- 14 Логика процесса создания (формирования) имиджа в системе клиентурно-имиджевой коммуникации
- 15 Место задач формулировки видения и миссии персонального и организационного носителя в структуре имиджа как информационного статуса участников клиентурно-имиджевой коммуникации
- 16 Задачи символизации в системе клиентурно-имиджевой коммуникации корпоративной идентичности и корпоративной индивидуальности для корпоративного имиджа
- 17 Выражение статусной идентичности субъекта в фирменном стиле как элемента клиентурно-имиджевой коммуникации (отношений)
- 18 Связь в системе клиентурно-имиджевой коммуникации внешних и внутренних параметров статусной идентичности субъекта в вербализации миссии в имидже
- 19 Оценка символической эффективности формирования и внедрения имиджа носителя у аудиторий как участников клиентурной коммуникации (отношений)
- 20 Моделирование информационного статуса носителя в форме имиджа и его информационный «запуск»
- 21.Роль групп информационных признаков организации в формировании имиджа в системе клиентурно-имиджевой коммуникации
- 22 Комплекс основных действия имиджевого агента и их алгоритмическая конструкция при создании , позиционировании и продвижении в системе клиентурно-имиджевой коммуникации

## **5.2. Описание показателей и критериев контроля успеваемости, описание шкал оценивания**

Таблица 5 При текущем контроле (контрольные недели) и оценка выполнения практических работ

Шкала оценивания	Экзамен/ Зачет с оценкой	Зачет
40<R≤50	Отлично	зачет
30<R≤40	Хорошо	
20<R≤30	Удовлетворительно	
0<R≤20	Неудовлетворительно	

При промежуточном контроле успеваемость студентов оценивается по системе «зачет» либо «незачет».

**Таблица 6 –Критерии оценивания результата обучения по дисциплине и шкала оценивания**

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения			
		Оценка «неудовлетворительно» / «не зачтено» 0-59% от max рейтинговой оценки контроля	Оценка «удовлетворительно» / «зачтено» 60-74% от max рейтинговой оценки контроля	Оценка «хорошо» / «зачтено» 75-89% от max рейтинговой оценки контроля	Оценка «отлично» / «зачтено» 90-100% от max рейтинговой оценки контроля
<b>ПКС-2 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</b>	<b>ИПКС-2.2.</b> Использует социальные проекты в качестве инструмента реализации политики социальной и корпоративной ответственности организации	Изложение учебного материала бессистемное, неполное, не освоены понятия, Допускаются серьезные ошибки Не способен сформулировать результат и осуществить рефлексивную оценку состоянию собственной динамики по освоению	Фрагментарные, поверхностные знания. Изложение полученных знаний неполное, однако это не препятствует усвоению последующего материала. Допускаются отдельные существенные ошибки, исправленные с помощью преподавателя. Затруднения при формулировании результатов и их решений	Знает материал на достаточно хорошем уровне; определяет понятия, допускаются фрагментарная неточность формулировок самостоятельно исправляемые при собеседовании. Даёт в основном рефлексивную оценку собственной динамики по освоению	Имеет глубокие знания всего материала структуры дисциплины; освоил новации лекционного курса по сравнению с учебной литературой; изложение полученных знаний полное, системное. Даёт качественную рефлексивную оценку собственной динамики по освоению
	<b>ИПКС-2.2.</b> Использует социальные проекты в качестве инструмента реализации политики социальной и корпоративной ответственности организации	Изложение учебного материала бессистемное, неполное, не освоены понятия, Допускаются серьезные ошибки Не способен сформулировать результат и осуществить рефлексивную оценку состоянию собственной динамики по освоению	Фрагментарные, поверхностные знания. Изложение полученных знаний неполное, однако это не препятствует усвоению последующего материала. Допускаются отдельные существенные ошибки, исправленные с помощью преподавателя. Затруднения при формулировании результатов и их решений	Знает материал на достаточно хорошем уровне; определяет понятия, допускаются фрагментарная неточность формулировок самостоятельно исправляемые при собеседовании. Даёт в основном рефлексивную оценку собственной динамики по освоению	Имеет глубокие знания всего материала структуры дисциплины; освоил новации лекционного курса по сравнению с учебной литературой; изложение полученных знаний полное, системное. Даёт качественную рефлексивную оценку собственной динамики по освоению
	<b>ИПКС-2.3.</b> Разрабатывает и	Изложение учебного	Фрагментарные,	Знает материал на	Имеет глубокие знания

	обосновывает варианты управленческих решений на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	материала бессистемное, неполное, не освоены понятия, серьезные ошибки Не способен сформулировать результат и осуществить рефлексивную оценку состоянию собственной динамики по освоению	поверхностные знания. Изложение полученных знаний неполное, однако это не препятствует усвоению последующего материала. Допускаются отдельные существенные ошибки, исправленные с помощью преподавателя. Затруднения при формулировании результатов и их решений	достаточно хорошем уровне; определяет понятия, допускаются фрагментарная неточность формулировок самостоятельно исправляемые при собеседовании. Даёт в основном рефлексивную оценку собственной динамики по освоению	всего материала структуры дисциплины; освоил новации лекционного курса по сравнению с учебной литературой; изложение полученных знаний полное, системное. Даёт качественную рефлексивную оценку собственной динамики по освоению
<b>ПКС-6 Способен организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия</b>	ИПКС-6.2. Организовывает проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия	Изложение учебного материала бессистемное, неполное, не освоены понятия, серьезные ошибки Не способен сформулировать результат и осуществить рефлексивную оценку состоянию собственной динамики по освоению	Фрагментарные, поверхностные знания. Изложение полученных знаний неполное, однако это не препятствует усвоению последующего материала. Допускаются отдельные существенные ошибки, исправленные с помощью преподавателя. Затруднения при формулировании результатов и их решений	Знает материал на достаточно хорошем уровне; определяет понятия, допускаются фрагментарная неточность формулировок самостоятельно исправляемые при собеседовании. Даёт в основном рефлексивную оценку собственной динамики по освоению	Имеет глубокие знания всего материала структуры дисциплины; освоил новации лекционного курса по сравнению с учебной литературой; изложение полученных знаний полное, системное. Даёт качественную рефлексивную оценку собственной динамики по освоению
	ИПКС-6.3. Анализирует коммуникационные эффекты благотворительных мероприятий	Изложение учебного материала бессистемное, неполное, не освоены понятия, серьезные ошибки Не способен сформулировать результат и осуществить рефлексивную оценку состоянию собственной динамики по освоению	Фрагментарные, поверхностные знания. Изложение полученных знаний неполное, однако это не препятствует усвоению последующего материала. Допускаются отдельные существенные ошибки, исправленные с помощью преподавателя. Затруднения при формулировании	Знает материал на достаточно хорошем уровне; определяет понятия, допускаются фрагментарная неточность формулировок самостоятельно исправляемые при собеседовании. Даёт в	Имеет глубокие знания всего материала структуры дисциплины; освоил новации лекционного курса по сравнению с учебной литературой; изложение полученных знаний полное, системное. Даёт качественную рефлексивную оценку собственной динамики по освоению

			результатов и их решений	основном рефлексивную оценку собственной динамики по освоению	освоению
<b>ПКС-8</b> Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	<b>ИПКС-8.1.</b> Создает актуальные информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	Изложение учебного материала бессистемное, неполное, не освоены понятия, Допускаются серьезные ошибки Не способен сформулировать результат и осуществить рефлексивную оценку состоянию собственной динамики по освоению	Фрагментарные, поверхностные знания. Изложение полученных знаний неполное, однако это не препятствует усвоению последующего материала. Допускаются отдельные существенные ошибки, исправленные с помощью преподавателя. Затруднения при формулировании результатов и их решений	Знает материал на достаточно хорошем уровне; определяет понятия, допускаются фрагментарная неточность формулировок самостоятельно исправляемые при собеседовании. Даёт в основном рефлексивную оценку собственной динамики по освоению	Имеет глубокие знания всего материала структуры дисциплины; освоил новации лекционного курса по сравнению с учебной литературой; изложение полученных знаний полное, системное. Даёт качественную рефлексивную оценку собственной динамики по освоению
	<b>ИПКС-8.3.</b> Разрабатывает инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	Изложение учебного материала бессистемное, неполное, не освоены понятия, Допускаются серьезные ошибки Не способен сформулировать результат и осуществить рефлексивную оценку состоянию собственной динамики по освоению	Фрагментарные, поверхностные знания. Изложение полученных знаний неполное, однако это не препятствует усвоению последующего материала. Допускаются отдельные существенные ошибки, исправленные с помощью преподавателя. Затруднения при формулировании результатов и их решений	Знает материал на достаточно хорошем уровне; определяет понятия, допускаются фрагментарная неточность формулировок самостоятельно исправляемые при собеседовании. Даёт в основном рефлексивную оценку собственной динамики по освоению	Имеет глубокие знания всего материала структуры дисциплины; освоил новации лекционного курса по сравнению с учебной литературой; изложение полученных знаний полное, системное. Даёт качественную рефлексивную оценку собственной динамики по освоению

**Таблица 7. Критерии оценивания**

<b>Оценка</b>	<b>Критерии оценивания</b>
Высокий уровень «5» (отлично) – «зачет»	оценку « <b>отлично</b> » заслуживает студент, освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал без пробелов; выполнивший все задания, предусмотренные учебным планом на высоком качественном уровне; практические навыки профессионального применения освоенных знаний сформированы.
Средний уровень «4» (хорошо) – «зачет»	оценку « <b>хорошо</b> » заслуживает студент, практически полностью освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не оценены максимальным числом баллов, в основном сформировал практические навыки.
Пороговый уровень «3» (удовлетворительно) – «зачет»	оценку « <b>удовлетворительно</b> » заслуживает студент, частично с пробелами освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, многие учебные задания либо не выполнил, либо они оценены числом баллов близким к минимальному, некоторые практические навыки не сформированы.
Минимальный уровень «2» (неудовлетворительно) – «незачет»	оценку « <b>неудовлетворительно</b> » заслуживает студент, не освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не выполнил, практические навыки не сформированы.

## **6 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **6.1.Учебная литература**

- 6.1.1. Брендинг и креативные направления PR-деятельности: учеб. пособие/ Е.А. Зайцева, Н.В. Сухенко, Е.А. Цветкова; Нижегород. гос. техн. ун-т им Р.Е. Алексеева. - Н. Новгород, 2017. - 96 с.
- 6.1.2 Цветкова Е.А. Управление имиджем СМИ .Учебно-методическое пособие для бакалавров направления подготовки 42.03.01«Реклама и связи с общественностью» всех форм обучения [Электронный текстовый документ.Размещен в системе Moodle.] / Е.А. Цветкова - Нижегород. гос. техн. ун-т им. Р.Е. Алексеева. - Н.Новгород, 2021. – 53 с.

### **6.2. Справочно-библиографическая литература**

- 6.2.1 Цветкова Е.А., Коровина Е.В. Имиджевая коммуникация как задача PR // Вестник НГТУ.им. Р.Е. Алексеева. Серия «Управление в социальных системах. Коммуникативные технологии», Н.Новгород: № 2, 2012 г с.36-47
- 6.2.2. Семёнова, Л.М. Имиджмейкинг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / С.-Петербург. гос. эконом. ун-т. – М., 2019. – 141 с. (ЭБС «Юрайт»)
- 6.2.3. Митрошенков, О.А. Деловое общение: эффективные переговоры: практич. пособие / РАНХиГС. – 2-е изд. – М., 2019. – 315 с. (ЭБС «Юрайт»)

### **6.3. Методические указания, рекомендации и другие материалы к занятиям**

- 6.3.1. Е.А. Цветкова Имиджология Учебно-метод.комплекс по дисц."Имиджология"НГТУ им.Р.Е.Алексеева, Каф."Связи с общественностью, маркетинг и коммуникаций"- Н.Новгород : [Б.и.], 2010. - 47 с.
- 6.3.2. Российский образовательный портал. <http://www.school.edu.ru/default.asp>
- 6.3.3. Федеральный образовательный портал. Экономика. Социология. Менеджмент. <http://ecsocman.hse.ru/>

## **7. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Учебный процесс по дисциплине обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав по дисциплине определен в настоящей РПД и подлежит обновлению при необходимости).

### **7.1 Перечень информационных справочных систем**

Таблица 8. Перечень электронных библиотечных систем

№	Наименование ЭБС	Ссылка к ЭБС
1	Консультант студента	<a href="http://www.studentlibrary.ru/">http://www.studentlibrary.ru/</a>
2	Лань	<a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a>
3	Юрайт	<a href="https://biblio-online.ru/">https://biblio-online.ru/</a>
4	E-LIBRARY.ru	<a href="http://elibrary.ru/defaultx.asp">http://elibrary.ru/defaultx.asp</a>

### **7.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства необходимого для освоения дисциплины**

Таблица 9. Программное обеспечение

Программное обеспечение, используемое в университете на договорной основе	Программное обеспечение свободного распространения
Microsoft Windows 7 (подписка MSDN 4689, подписка DreamSparkPremium, договор № Tr113003 от 25.09.14)	Adobe Acrobat Reader (FreeWare) <a href="https://acrobat.adobe.com/ru/ru/acrobat/pdf-reader.html">https://acrobat.adobe.com/ru/ru/acrobat/pdf-reader.html</a>
Microsoft Office Professional Plus 2007 (лицензия № 42470655)	OpenOffice (FreeWare) <a href="https://www.openoffice.org/ru/">https://www.openoffice.org/ru/</a>

### **7.3 Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем**

В таблице 9 указан перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, к которым обеспечен доступ (удаленный доступ). Данный перечень подлежит обновлению в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

В данном разделе могут быть приведены ресурсы (ссылки на сайты), на которых можно найти полезную для курса информацию, в т.ч. статистические или справочные данные, учебные материалы, онлайн курсы и т.д.

**Таблица 9 - Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем**

№	Наименование профессиональной базы данных, информационно-справочной системы	Доступ к ресурсу (удаленный доступ с указанием ссылки/доступ из локальной сети университета)
1	2	3
1	Единый архив экономических и социологических данных	<a href="http://sophist.hse.ru/data_access.shtml">http://sophist.hse.ru/data_access.shtml</a>

## **8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОВЗ**

В таблице 10 указан перечень образовательных ресурсов, имеющих формы, адаптированные к ограничениям их здоровья, а также сведения о наличии специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования. При заполнении таблицы может быть использована информация, размещенная в подразделе

«Доступная среда» специализированного раздела сайта НГТУ «Сведения об образовательной организации» <https://www.nntu.ru/sveden/accenv/>

Таблица 10 – Образовательные ресурсы для инвалидов и лиц с ОВЗ

№	Перечень образовательных ресурсов, приспособленных для использования инвалидами и лицами с ОВЗ	Сведения о наличии специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования
1	ЭБС «Консультант студента»	озвучка книг и увеличение шрифта
2	ЭБС «Лань»	специальное мобильное приложение - синтезатор речи, который воспроизводит тексты книг и меню навигации
3	ЭБС «Юрайт»	версия для слабовидящих

## 9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, НЕОБХОДИМОЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Учебные аудитории для проведения занятий по дисциплине, оснащены оборудованием и техническими средствами обучения

В таблице 11 перечислены:

- учебные аудитории для проведения учебных занятий, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения;
- помещения для самостоятельной работы обучающихся, которые должны оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду НГТУ.

Таблица 11 – Оснащенность аудиторий и помещений для самостоятельной работы студентов по дисциплине

№	Наименование аудиторий и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность аудиторий помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
1	<b>6302</b> учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации; г. Нижний Новгород, Казанская ул., 12	1. Доска меловая - 1 шт. 2. Экран - 1 шт. 2. Мультимедийный проектор Epson efn-121 - 1 шт. 3. Ноутбук Sony Vaio: Intel Core2Duo@1.8 Ghz; 2Gb озу; (переносной) - 1 шт. 4. Рабочее место студента - 36 5. Рабочее место преподавателя – 1	1. Windows XP, Prof, S/P3 (подписка Dream Spark Premium, договор №Tr113003 от 25.09.14); 2. Microsoft Office Professional Plus 2007 (лицензия № 42470655); 3. Dr.Web (с/н S684-LRQ5-U7NH-BE97 от 11.05.22)

## 10. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

### 10.1 Общие методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины, образовательные технологии

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

- Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:
- балльно-рейтинговая технология оценивания;
  - рассмотрение прикладных имиджевых ситуаций по профилю индикаторов достижения компетенции дисциплины.

При преподавании дисциплины «Философия имиджевой деятельности и развитие клиентурных отношений», используются современные образовательные технологии, позволяющие повысить активность студентов при освоении материала курса и предоставить им возможность эффективно реализовать часы самостоятельной работы.

На лекциях, практических занятиях реализуются интерактивные технологии, приветствуются вопросы и обсуждения, используется личностно-ориентированный подход, технология работы в малых группах, что позволяет студентам проявить себя, получить навыки самостоятельного изучения материала, выровнять уровень знаний в группе.

Все вопросы, возникшие при самостоятельной работе над домашним заданием, подробно разбираются на практических занятиях и лекциях. Проводятся индивидуальные и групповые консультации с использованием, как встреч с студентами, так и современных информационных технологий: электронная почта, ZOOM.

Инициируется активность студентов, поощряется задание любых вопросов по материалу, практикуется индивидуальный ответ на вопросы студента, рекомендуются методы успешного самостоятельного усвоения материала в зависимости от уровня его базовой подготовки.

Для оценки знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенции применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости студентов в процессе текущего контроля.

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена с учетом текущей успеваемости.

**Результат обучения считается сформированным на повышенном уровне**, если теоретическое содержание курса освоено полностью. При устных собеседованиях студент исчерпывающе, последовательно, четко и логически излагает учебный материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, использует в ответе дополнительный материал. Все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты, проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

**Результат обучения считается сформированным на пороговом уровне**, если теоретическое содержание курса освоено полностью. При устных собеседованиях студент последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий

**Результат обучения считается несформированным**, если студент при выполнении заданий не демонстрирует знаний учебного материала, допускает ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет задания, не демонстрирует необходимых умений, качество выполненных заданий не соответствует установленным требованиям, качество их выполнения оценено числом баллов ниже трех по оценочной системе, что соответствует допороговому уровню.

## 10.2 Методические указания для занятий лекционного типа

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов тематического плана. В ходе лекционных занятий раскрываются базовые вопросы в рамках

каждой темы дисциплины (Таблица 4). Обозначаются ключевые аспекты тем, а также делаются акценты на наиболее сложные и важные положения изучаемого материала.

При применении технологии **лекция с актуальной обратной связью** эффективность познавательной деятельности студентов во время лекции значительно повышается ( улучшается качество процесса запоминания излагаемого на занятии содержания, развивается слуховая оперативная память, если они будут знать, что в конце лекции им будут предложены контрольные вопросы и задания. Ее методическая цель -получение быстрой оперативной информации о степени усвоения учебного материала на занятии, личностному развитию в процессе социального взаимодействия с преподавателем и другими студентами в составе малой группы

Материалы лекций являются опорной основой для подготовки обучающихся к практическим занятиям при решении *знаниевых (предметных) культурологических задач* и выполнения заданий самостоятельной работы, а также к мероприятиям текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине.

**Тематики лекций и заданий лекций с обратной связью представлены в учебном и учебно-методическом пособии:** Брендинг и креативные направления PR-деятельности: учеб. пособие/ Е.А. Зайцева, Н.В. Сухенко, Е.А. Цветкова; Нижегород. гос. техн. ун-т им Р.Е. Алексеева. - Н. Новгород, 2017. - 96 с.; Е.А.Цветкова Имиджелогия Учебно-метод.комплекс по дисц."Имиджелогия"НГТУ им.Р.Е.Алексеева, Каф."Связи с общественностью, маркетинг и коммуникации"- Н.Новгород : [Б.и.], 2010. - 47 с.

### **10.3 Методические указания по освоению дисциплины на практических работах**

Практические занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы. Основной формой проведения семинаров и практических занятий является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение *деятельностных (инструментальных) культурологических задач* в аудиторных условиях.

Практические занятия обучающихся обеспечивают:

- активное применение знаний, полученных на лекциях;
- получение умений и навыков
  - гlosсарной работы
  - составления сообщений по результатам самостоятельного освоения отдельных вопросов и тем дисциплины;
  - решения имиджевых задач прикладного характера
  - рефлексивной оценки достигнутых компетенциарных результатов;
- подведение итогов занятий по рейтинговой системе.

**Задания к практическим занятиям описаны в учебном и учебно-методическом пособии:** Брендинг и креативные направления PR-деятельности: учеб. пособие/ Е.А. Зайцева, Н.В. Сухенко, Е.А. Цветкова; Нижегород. гос. техн. ун-т им Р.Е. Алексеева. - Н. Новгород, 2017. - 96 с.; Е.А.Цветкова Имиджелогия Учебно-метод.комплекс по дисц."Имиджелогия"НГТУ им.Р.Е.Алексеева, Каф."Связи с общественностью, маркетинг и коммуникации"- Н.Новгород : [Б.и.], 2010. - 47 с.

### **10.4 Методические указания по самостоятельной работе обучающихся**

Самостоятельная работа обеспечивает подготовку обучающегося к аудиторным занятиям и мероприятиям текущего контроля и промежуточной аттестации по изучаемой дисциплине. Результаты этой подготовки проявляются в активности обучающегося на занятиях и в качестве выполненных практических заданий и других форм текущего контроля.

При выполнении заданий для самостоятельной работы рекомендуется проработка материалов лекций по каждой пройденной теме, а также изучение рекомендуемой литературы, представленной в Разделе 6.

В процессе самостоятельной работы при изучении дисциплины студенты могут

работать на компьютере в специализированных аудиториях для самостоятельной работы (указано в таблице 11). В аудиториях имеется доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет» к электронной информационно-образовательной среде университета (ЭИОС) и электронной библиотечной системе (ЭБС), где в электронном виде располагаются учебные и учебно-методические материалы, которые могут быть использованы для самостоятельной работы при изучении дисциплины.

**Указания к самостоятельной работе и ее тематики изложены в в учебном и учебно-методическом пособии:** Брендинг и креативные направления PR-деятельности: учеб. пособие/ Е.А. Зайцева, Н.В. Сухенко, Е.А. Цветкова; Нижегород. гос. техн. ун-т им Р.Е. Алексеева. - Н. Новгород, 2017. - 96 с.; Е.А.Цветкова Имиджелогия Учебно-метод.комплекс по дисц."Имиджелогия"НГТУ им.Р.Е.Алексеева, Каф."Связи с общественностью, маркетинг и коммуникации"- Н.Новгород : [Б.и.], 2010. - 47 с.

Для обучающихся по заочной форме обучения самостоятельная работа является основным видом учебной деятельности.

## **11. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **11.1 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта в ходе текущего контроля успеваемости**

Для текущего контроля знаний студентов по дисциплине проводится **комплексная оценка знаний**, включающая:

- проведение контрольных работ ( в точках рубежного контроля);
- рассмотрение прикладных имиджевых задач для оценивания сформированности деятельностиного («уметь» и «владеть») компонента индикаторов достижения компетенций дисциплины;
- гlosсарная работа или тестирование для оценивания сформированности знаниевого ( «знать») компонента индикаторов достижения компетенций дисциплины;
- экзамен.

### **11.2 Типовые задания к практическим занятиям**

#### **Задание**

**Цель:** анализировать и систематизировать диапазон представлений о идейном ядре имиджа как информационной системы

**Задача:** моделировать процессы разработки концептуального измерения имиджа на основе алгоритмизированных схем управлеченческих действий

**Выполнение общей практической работы (письменно):** Моделирование в ситуационно заданном континууме проведения базовых мероприятий этапа имидж-креатива.

**Инструкция:** Разработка имидж легенды: определение цели, формулировка миссии, написание текста легенды. Разработка имиджевой концепции на основе результатов имидж-анализа и креативных технологий.

2. Поиск базовой метафоры образа носителя.
3. Имидж-легенда как принцип структурирования имиджобразующей информации носителя и ожиданий аудитории имиджа.
4. Алгоритм разработки типового технологического сценария развития и внедрения имидж-легенды в имиджевый ресурс носителя.

Создание прецедентного технологического сценария развития и внедрения имидж-легенды персоны.

### **11.3. Типовые вопросы (задания) для устного (письменного) опроса**

#### **Групповое обсуждение вопросов (устно):**

1. Формирование имиджа личности (персонального имиджа, имиджа лидера).
2. Понятие имиджа личности. Виды имиджа: личностный и профессиональный.
3. Элементы личностного имиджа: габитарный, вербальный, кинетический, средовой, овеществленный. Содержание и основные этапы формирования имиджа данного типа, технологии его конструирования.
4. Самопрезентация. Соотношение понятий: самопрезентация, управление впечатлением, самораскрытие, самовыражение, имидж. Рефлексия.

### **11.6. Типовые задания для контрольных работ**

#### **Тематики для ответов на контрольные вопросы**

1. Содержание и основные этапы формирования имиджа и технологии его конструирования.
2. Личность как источник имиджобразующей информации. Биографические характеристики (возраст, пол, социально-экономический статус и образование).
3. Индивидуальный имидж, направленный на самоощущение (“на себя”). Понятие “личный имидж”. Способности (интеллект, специальные умения и знания, компетентность, информированность
4. Индивидуальный имидж, направленный на восприятие (“на других”). Понятие “публичный имидж”. Черты личности (доминантность, уверенность в себе, эмоциональная уравновешенность и спрессоустойчивость, креативность, предпримчивость, ответственность и надежность в выполнении задания, независимость, общительность).
5. Личный и публичный имидж: единство, взаимосвязь, специфика. Множественность индивидуальных имиджей.
6. Технологии самопрезентации и продвижения, их содержание и многообразие форм.
7. Индивидуальный имидж в “посферном” измерении (например, политический).

УТВЕРЖДАЮ:

Директор института ИНЭУ

“ \_\_\_\_ ” 202\_\_ г.

**Лист актуализации рабочей программы  
дисциплины**

**Б.1.В.ДВ.2.2. Философия имиджевой деятельности и развитие клиентурных отношений**  
индекс по учебному плану, наименование

для подготовки бакалавров

Направление: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность: «Продвижение средств массовой информации»

Форма обучения очная,заочная

Год начала подготовки:

Курс 2 (очное обучение) ; 3 курс (заочное обучение)

Семестр 4 (очное обучение) ; 5 (заочное обучение)

а) В рабочую программу не вносятся изменения. Программа актуализирована для 202\_\_ г.  
начала подготовки.

б) В рабочую программу вносятся следующие изменения (указать на какой год начала подготовки):

- 1) .....;
- 2) .....;
- 3) .....

Разработчик (и): \_\_\_\_\_ (ФИО, ученая степень, ученое звание) «\_\_» 202\_\_ г.

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры СОМиК  
\_\_\_\_\_ протокол № \_\_\_\_\_ от «\_\_» 202\_\_ г.

Заведующий кафедрой

Е.А. Зайцева

**Лист актуализации принят на хранение:**

Заведующий выпускающей кафедрой \_\_\_\_\_ «\_\_» 202\_\_ г.

Методический отдел УМУ: \_\_\_\_\_ «\_\_» 202\_\_ г.

«\_\_» 202\_\_ г.

\_\_\_\_\_

---

## РЕЦЕНЗИЯ

**на рабочую программу дисциплины «Философия имиджевой деятельности и развитие клиентурных отношений» ОП ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленность: «Продвижение средств массовой информации» (квалификация выпускника – бакалавр)**

**Михайлова Татьяна Леонидовна**, кандидат философских наук, доцент кафедры «Методологии, истории и философии науки» Института экономики и управления НГТУ им. Р.Е. Алексеева» (далее по тексту рецензент), проведена рецензия рабочей программы дисциплины «Философия имиджевой деятельности и развитие клиентурных отношений» ОП ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленность: «Продвижение средств массовой информации» (бакалавриат) разработанной в ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный технический университет имени Р.Е. Алексеева», на кафедре «Связи с общественностью, маркетинг и коммуникации» (разработчик – Цветкова Елена Александровна, доцент, к.философ.н.).

Рассмотрев представленные на рецензию материалы, рецензент пришел к следующим выводам:

Программа соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленность: «Продвижение средств массовой информации». Программа содержит все основные разделы, соответствует требованиям к нормативно-методическим документам. Представленная в Программе актуальность учебной дисциплины в рамках реализации ОПОП ВО не подлежит сомнению – дисциплина относится к базовой части учебного цикла – Б1.

Представленные в Программе цели дисциплины соответствуют требованиям ФГОС ВО направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленность: «Продвижение средств массовой информации» (квалификация выпускника – бакалавр). В соответствии с Программой за дисциплиной «Философия имиджевой деятельности и развитие клиентурных отношений» закреплены компетенции ПКС-2, ПКС-6, ПКС-8. Дисциплина и представленная Программа способны реализовать их в объявленных требованиях.

**Результаты обучения**, представленные в Программе в категориях знать, уметь, владеть соответствуют специфике и содержанию дисциплины и демонстрируют возможность получения заявленных результатов.

Общая трудоёмкость дисциплины «Философия имиджевой деятельности и развитие клиентурных отношений» составляет 4 зачётных единицы (144 часа). Информация о взаимосвязи изучаемых дисциплин и вопросам исключения дублирования в содержании дисциплин соответствует действительности. Дисциплина «Философия имиджевой деятельности и развитие клиентурных отношений» взаимосвязана с другими дисциплинами ОПОП ВО и Учебного плана по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленность: «Продвижение средств массовой информации» и возможность дублирования в содержании отсутствует.

Представленная Программа предполагает использование современных образовательных технологий, используемые при реализации различных видов учебной работы. Формы образовательных технологий соответствуют специфике дисциплины.

Виды, содержание и трудоёмкость самостоятельной работы студентов, представленные в Программе, соответствуют требованиям к подготовке выпускников, содержащимся во ФГОС ВО направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленность: «Продвижение средств массовой информации» (квалификация выпускника – бакалавр).

---

Представленные и описанные в Программе формы *текущей* оценки знаний (участие в лекциях с обратной связью, участие в решении знаниевых имиджевых задач) и аудиторных заданиях (решение прикладных имиджевых задач), соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

Форма промежуточного контроля знаний студентов, предусмотренная Программой, осуществляется в форме экзамена, что соответствует статусу вариативной дисциплины базовой части цикла Б1 (формируемой участниками образовательных отношений) по выбору (запросу студентов), направленный на углубление уровня освоения компетенций ФГОС ВО направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленность: «Продвижение средств массовой информации» .

Нормы оценки знаний, представленные в Программе, соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины представлено: основной литературой – 2 наименования, дополнительной литературой – 3 наименований и соответствует требованиям ФГОС ВО направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленность: «Продвижение средств массовой информации» .

Материально-техническое обеспечение дисциплины соответствует специфике дисциплины «Философия имиджевой деятельности и развитие клиентурных отношений» и обеспечивает использование современных образовательных, в том числе интерактивных методов обучения.

Методические рекомендации студентам и методические рекомендации преподавателям по организации обучения по дисциплине дают представление о специфике обучения по дисциплине «Философия имиджевой деятельности и развитие клиентурных отношений».

## **ОБЩИЕ ВЫВОДЫ**

На основании проведенной рецензии можно сделать заключение, что характер, структура и содержание рабочей программы дисциплины «Философия имиджевой деятельности и развитие клиентурных отношений» ОПОП ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленность: «Продвижение средств массовой информации» (квалификация выпускника – бакалавр), разработанная Цветковой Е.А., доцентом кафедры «Связи с общественностью, маркетинг и коммуникации», к.философ., н., соответствует требованиям ФГОС ВО, современным требованиям информационного общества и соответствующего ему рынка труда и позволит при её реализации успешно обеспечить формирование заявленных компетенций.

**Доцент кафедры  
«Методологии, истории и философии  
науки» Института экономики  
и управления НГТУ им.Р.Е. Алексеева  
Михайлова Татьяна Леонидовна**

---

«        » 2021 г.