

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

Образовательно-научный институт экономики и управления (ИНЭУ)
(Полное и сокращенное название института, реализующего данное направление)

УТВЕРЖДАЮ:

Директор института:

_____ С.Н. Митяков

подпись ФИО

«18» марта 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б.1.В.ДВ.2.2 Философия имиджевой деятельности и развитие
клиентурных отношений

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 2025

Выпускающая кафедра: СОМиК

Кафедра разработчик СОМиК

Объем дисциплины 144/4

Промежуточная аттестация: экзамен

Разработчик: Цветкова А.В., к.фил.н., доцент

Нижний Новгород, 2025

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 МИНОБР-НАУКИ РОССИИ от 07 августа 2020 года № 902 на основании учебного плана принятого УМС НГТУ

протокол от 17.05.2025 № 3

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры протокол от 10.02.2025 № 1

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

Программа рекомендована к утверждению ученым советом института ИНЭУ, Протокол от
18.03.2025 № 3

Рабочая программа зарегистрирована в УМУ регистрационный № 42.03.01-П-56

Начальник МО _____ /Е.Г. Севрюкова/

Заведующая отделом комплектования _____ НТБ Кабанина Н.И.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	4
1.1. Цель освоения дисциплины	4
1.2. Задачи освоения дисциплины (модуля)	4
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	4
3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	4
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	10
4.1. Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ по семестрам.....	10
4.2. Содержание дисциплины, структурированное по темам	12
5. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	18
6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	22
6.1. Учебная литература, печатные издания библиотечного фонда	22
6.2. Справочно-библиографическая литература	22
6.3. Методические указания, рекомендации и другие материалы к занятиям	22
7. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	23
7.1. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)	23
7.2. Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем	23
8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОВЗ	24
9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, НЕОБХОДИМОЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	24
10. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ	25
10.1. Общие методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины, образовательные технологии	25
10.2. Методические указания для занятий лекционного типа	26
10.3. Методические указания по освоению дисциплины на практических занятиях	26
10.4. Методические указания по самостоятельной работе обучающегося	26
11. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ	27
11.1. Типовые вопросы для промежуточной аттестации в форме экзамена...	28
11.2. Типовые задания для текущего контроля	28
ПРИЛОЖЕНИЕ	
Лист актуализации	33

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Целями освоения дисциплины являются:

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.

1.2. Задачи освоения дисциплины (модуля):

- воспроизводить и объяснять социальную значимость 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 управленческих 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 Б.1.В.ДВ.2.2. «Философия имиджевой деятельности и развитие клиентурных отношений» включена в обязательный перечень дисциплин вариативной части образовательной программы. Дисциплина реализуется в соответствии с требованиями ФГОС, ОП ВО и УП, по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина базируется на следующих дисциплинах: управление репутацией СМИ, специальные и корпоративные мероприятия в продвижении СМИ, репутационный менеджмент СМИ, интернет-маркетинг СМИ.

Дисциплина «Философия имиджевой деятельности и развитие клиентурных отношений» является основополагающей для изучения следующих дисциплин: профессионально-ознакомительная практика профессионально-творческая практика, преддипломная практики и 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

3.1. Процесс изучения дисциплины (модуля) направлен на формирование элементов следующих общепрофессиональных компетенций в соответствии с ОПОП ВО по направлению 42.03.02 Реклама и связи с общественностью.

ПКС-2. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности.

ПКС-6. Способен организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия.

ПКС-8. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа имеющегося мирового и отечественного опыта.

Формирование указанных компетенций размещено в таблице 1.

Таблица 1 - Формирование компетенций дисциплинами

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

Наименование дисциплин, формирующих компетенцию совместно	Семестры формирования дисциплины							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Семиотика рекламного текста ПКС-6								
Профессионально-творческая практика ПКС-6								
Преддипломная практика ПКС-6								
Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы ПКС-6								
ПКС-8								
Философия имиджевой деятельности и развитие клиентурных отношений ПКС-8								
Семиотика рекламного текста ПКС-8								
Преддипломная практика ПКС-8								
Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы ПКС-8								

3.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы (ОП)

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

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине			Оценочные средства	
					Текущего контроля	Промежуточной аттестации
ПКС-2. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ИПКС-2.2. Использует социальные проекты в качестве инструмента реализации политики социальной и корпоративной ответственности организации	Знать: направления политики развития клиентурных отношений на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ПКС-2.2).	Уметь: анализировать направления развития политики клиентурных отношений на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ИПКС- 2.2).	Владеть: - навыками проектирования направлений развития политики клиентурных отношений на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности и (ИПКС- 2.2).	Знаниевые и деятельностные имиджевые задачи	Вопросы по темам курса (Всего 22 вопроса)
	ИПКС-2.3. Разрабатывает и обосновывает варианты управленческих решений на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	Знать: - 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).	Уметь: - разрабатывать и обосновывать варианты управленческих решений на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ИПКС- 2.3).	Владеть: - 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	Вопросы по темам курса (Всего 22 вопроса)

<p>ПКС-6. Способен организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия</p>	<p>ИПКС-6.2. Организовывает проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия</p>	<p>Знать: - подходы к организации проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ (через продвижение своего имиджа), включая благотворительные мероприятия (ИПКС-6.2).</p>	<p>Уметь: - организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ (через продвижение своего имиджа в СМИ), включая благотворительные мероприятия (ИПКС-6.2).</p>	<p>Владеть: - навыками организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ (через продвижение своего имиджа в СМИ), включая благотворительные мероприятия (ИПКС-6.2).</p>	<p>Знаниевые и деятельностные имиджевые задачи</p>	<p>Вопросы по темам курса (Всего 22 вопроса)</p>
	<p>ИПКС-6.3. Анализирует коммуникационные эффекты благотворительных мероприятий</p>	<p>Знать: - сущностные особенности коммуникационных благотворительных мероприятий при продвижении имиджа в СМИ (ИПКС- 6.3).</p>	<p>Уметь: - анализировать коммуникационные эффекты благотворительных мероприятий при продвижении имиджа в СМИ (ИПКС- 6.3).</p>	<p>Владеть: - навыками анализировать коммуникационные эффекты благотворительных мероприятий при продвижении имиджа в СМИ (ИПКС- 6.3).</p>	<p>Знаниевые и деятельностные имиджевые задачи</p>	<p>Вопросы по темам курса (Всего 22 вопроса)</p>

<p>ПКС-8. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<p>ИПКС-8.1. Создает актуальные информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта</p>	<p>Знать: - инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде при реализации клиентурных отношений (ИПКС-8.3).</p>	<p>Уметь: - применять творческие решения в управлении клиентурными отношениями с учетом мирового и отечественного опыта (ИПКС-8.1).</p>	<p>Владеть: - навыками создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, в том числе при реализации клиентурных отношений (ИПКС-8.1).</p>	<p>Знаниевые и деятельностные имиджевые задачи</p>	<p>Вопросы по темам курса (Всего 22 вопроса)</p>
	<p>ИПКС-8.3. Разрабатывает инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде</p>	<p>Знать: - инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде при управлении имиджем СМИ (ИПКС-8.3).</p>	<p>Уметь: - осуществлять трансляцию миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде при реализации клиентурных отношений (ИПКС-8.3).</p>	<p>Владеть: - навыками трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде при реализации клиентурных отношений (ИПКС-8.3).</p>	<p>Знаниевые и деятельностные имиджевые задачи</p>	<p>Вопросы по темам курса (Всего 22 вопроса)</p>

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

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

Таблица 3 – Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Для студентов очного обучения

Вид учебной работы	Трудоёмкость в час	
	Всего час.	В т.ч. по семестрам
		2 сем
Формат изучения дисциплины	с использованием элементов электронного обучения	
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	144/4	144/4
1. Контактная работа:	57	57
1.1. Аудиторная работа, в том числе:	51	51
занятия лекционного типа (Л)	17	17
занятия семинарского типа (ПЗ-семинары, практ. занятия и др)	34	34
лабораторные работы (ЛР)		
1.2. Внеаудиторная, в том числе	6	6
курсовая работа (проект) (КР/КП) (консультация, защита)		
текущий контроль, консультации по дисциплине	6	6
контактная работа на промежуточном контроле (КРА)		
2. Самостоятельная работа (СРС)	51	51
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 зачёту (контроль)	36	36

Для студентов заочного обучения

Вид учебной работы	Трудоёмкость в час	
	Всего час.	В т.ч. по семестрам
		2 сем
Формат изучения дисциплины	с использованием элементов электронного обучения	
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	144/4	144/4
1. Контактная работа:	22	22
1.1. Аудиторная работа, в том числе:	16	16
занятия лекционного типа (Л)	8	8
занятия семинарского типа (ПЗ-семинары, практ. занятия и др)	8	8
лабораторные работы (ЛР)		
1.2. Внеаудиторная, в том числе	6	6
курсовая работа (проект) (КР/КП) (консультация, защита)		
текущий контроль, консультации по дисциплине	6	6
контактная работа на промежуточном контроле (КРА)		
2. Самостоятельная работа (СРС)	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 зачёту (контроль)	-	-

4.2. Содержание дисциплины, структурированное по темам

Таблица 4 - Содержание дисциплины, структурированное по темам

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	Наименование разработанного Электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа студентов (час)			
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия				
4 семестр								
ИПКС-8.3 ИПКС-8.1	Раздел 1. Имидж в информационном пространстве общества							
	Тема 1.1. Статус имиджа в современном обществе. Практическое занятие № 1. Имидж как элемент информационного рынка общества	2		4	6	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное освоение отдельных вопросов темы [6.1.2]	Задачи текущего и промежуточного контроля	
ИПКС-8.1 ИПКС-8.3 ИПКС-2.2	Тема 1.2. Междисциплинарная теория имиджа как основа управления имиджем. Практическое занятие № 2. Субъекты и объекты имиджевой деятельности в системе клиентурных отношений	2		4	6	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное освоение отдельных вопросов темы	Задачи текущего и промежуточного контроля	
	Итого по 1 разделу	4		8	12			
ИПКС-2.3 ИПКС-8.1	Раздел 2. Теоретические модели имиджа							
	Тема 2.1. Имидж как символическая система и информационный процесс. Практическое занятие № 3. Структура интегрированного имиджа субъекта	2		4	6	Подготовка к практическим занятиям,	Задачи текущего и промежуточного контроля	

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	Наименование разработанного Электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа студентов (час)			
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия				
	клиентурных отношений					самостоятельное освоение отдельных вопросов темы [6.1.2]		
ИПКС-8.1 ИПКС-2.2 ИПКС-6.2	Тема 2.2. Символическая модель имиджа. <i>Практическое занятие № 4.</i> Концептуальное измерение имиджа. Имидж-легенда	2		4	6	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное освоение отдельных вопросов темы [6.1.2]	Задачи текущего и промежуточного контроля	
ИПКС-8.1 ИПКС-2.2	Тема 2.3. Интерактивно-коммуникативная модель имиджа. <i>Практическое занятие № 5.</i> Вербальное измерение имиджа: коммуникативная компетенция носителя	2		5	6	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное освоение отдельных вопросов темы [6.1.2]	Задачи текущего и промежуточного контроля	
	Итого по 2 разделу	6		13	18			
ИПКС -2.2 ИПКС-8.3	Раздел 3. Теория и практика управления имиджем							
	Тема 3.1. Имиджирование и миджмейкинг. <i>Практическое занятие № 6.</i> Событийно-поведенческое измерение имиджа Кинетический имидж	2		4	7	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное освоение отдельных вопросов темы	Задачи текущего и промежуточного контроля	

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	Наименование разработанного Электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа студентов (час)			
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия				
						[6.1.2]		
ИПКС -2.2 ИПКС-8.3 ИПКС-8.1	Тема 3.2. Коммуникативноуправленческая модель имидж. <i>Практическое занятие № 7.</i> Визуальное измерение имиджа типичного носителя в точках контакта с клиентами. Габитарный и кинетический имидж персонального носителя имиджа	2		4	7	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное освоение отдельных вопросов темы [6.1.2]	Задачи текущего и промежуточного контроля	
ИПКС -2.3 ИПКС-6.3 ИПКС-8.3	Тема 3.3. Предметно средовой имидж в информационной структуре клиентурных отношений. <i>Практическое занятие № 8.</i> Контекстное измерение имиджа субъекта клиентурных отношений. Вещественно-средовой имидж	3		5	7	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное освоение отдельных вопросов темы [6.1.2]	Задачи текущего и промежуточного контроля	
	Итого по 3 разделу	7		13	21			
	ИТОГО ЗА СЕМЕСТР	17		34	51			
	ИТОГО по дисциплине	17		34	51			

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код УК;	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)		Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных	Наименование разработанного Электронного курса
		Контактная работа	Самостоятельная работа			

ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия			образовательных технологий	(трудоемкость в часах)
ИПКС-8.3 ИПКС-8.1	Раздел 1. Имидж в информационном пространстве общества							
	Тема 1.1. Статус имиджа в современном обществе. Практическое занятие № 1. Имидж как элемент информационного рынка общества	1			15	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное освоение отдельных вопросов темы [6.1.2]	Задачи текущего и промежуточного контроля	
ИПКС-8.1 ИПКС-8.3 ИПКС-2.2	Тема 1.2. Междисциплинарная теория имиджа как основа управления имиджем. Практическое занятие № 2. Субъекты и объекты имиджевой деятельности в системе клиентурных отношений		2		15	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное освоение отдельных вопросов темы	Задачи текущего и промежуточного контроля	
	Итого по 1 разделу	1	2		30			
ИПКС-2.3 ИПКС-8.1	Раздел 2. Теоретические модели имиджа							
	Тема 2.1. Имидж как символическая система и информационный процесс. Практическое занятие № 3. Структура интегрированного имиджа субъекта клиентурных отношений	2			14	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное освоение отдельных вопросов темы [6.1.2]	Задачи текущего и промежуточного контроля	
ИПКС-8.1 ИПКС-2.2 ИПКС-6.2	Тема 2.2. Символическая модель имиджа. Практическое занятие № 4. Концептуальное измерение имиджа. Имидж-легенда		2		14	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное освоение	Задачи текущего и промежуточного контроля	

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	Наименование разработанного Электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа студентов (час)			
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия				
						отдельных вопросов темы [6.1.2]		
ИПКС-8.1 ИПКС-2.2	Тема 2.3. Интерактивно-коммуникативная модель имиджа. Практическое занятие № 5. Вербальное измерение имиджа: коммуникативная компетенция носителя	2			14	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное освоение отдельных вопросов темы [6.1.2]	Задачи текущего и промежуточного контроля	
	Итого по 2 разделу	4	2		42			
ИПКС -2.2 ИПКС-8.3	Раздел 3. Теория и практика управления имиджем							
	Тема 3.1. Имиджирование и и миджмейкинг. Практическое занятие № 6. Событийно-поведенческое измерение имиджа Кинетический имидж	1			15	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное освоение отдельных вопросов темы [6.1.2]	Задачи текущего и промежуточного контроля	
ИПКС -2.2 ИПКС-8.3 ИПКС-8.1	Тема 3.2. Коммуникативноуправленческая модель имидж. Практическое занятие № 7. Визуальное измерение имиджа типичного носителя в точках контакта с клиентами. Габитарный и кинетический имидж персонального носителя имиджа	1	2		15	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное освоение отдельных вопросов темы [6.1.2]	Задачи текущего и промежуточного контроля	

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	Наименование разработанного Электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа студентов (час)			
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия				
ИПКС -2.3 ИПКС-6.3 ИПКС-8.3	Тема 3.3. Предметно-средовой имидж в информационной структуре клиентурных отношений. <i>Практическое занятие № 8.</i> Контекстное измерение имиджа субъекта клиентурных отношений. Вещественно-средовой имидж	1	2		11	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное освоение отдельных вопросов темы [6.1.2]	Задачи текущего и промежуточного контроля	
	Итого по 3 разделу	3	4		41			
	ИТОГО ЗА СЕМЕСТР	8	8		113			
	ИТОГО по дисциплине	8	8		113			

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

Для осуществления текущего контроля знаний обучающихся сформулированы теоретические вопросы по темам лабораторных работ и примеры заданий для домашних и контрольных работ.

Типовые задания для текущего контроля усвоения знаний, умений и навыков представлены в оценочных материалах по дисциплине «Философия имиджевой деятельности и развитие клиентурных отношений», которые хранятся на кафедре «Связи с общественностью, маркетинг и коммуникации».

Раздел	Вид текущего контроля	Оценочные материалы
Раздел 1	Дискуссия	вопросы
	Индивидуальные задания по темам курса	задачи
Раздел 2	Индивидуальные задания по темам курса	задачи
	Дискуссия	вопросы
	Тест по разделу 1, 2	тест
Раздел 3	Дискуссия	вопросы
	Индивидуальные задания по темам курса	задачи
	Тест по разделу 3	тест

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
$40 < R \leq 50$	Отлично	зачет
$30 < R \leq 40$	Хорошо	
$20 < R \leq 30$	Удовлетворительно	
$0 < R \leq 20$	Неудовлетворительно	незачет

При промежуточном контроле успеваемость студентов оценивается по системе «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

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 «неудовлетворительно» / «не зачтено» 0-59% от max рейтинговой оценки контроля
ПКС-2. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ИПКС-2.2. Использует социальные проекты в качестве инструмента реализации политики социальной и корпоративной ответственности организации	Не способен грамотно и логически верно излагать, и использовать теоретический материал. Не способен определять причинно-следственные связи. Не может ответить на уточняющие вопросы преподавателя.	Способен анализировать изученный теоретический материал, однако допускает значительные ошибки. Не способен ответить на уточняющие вопросы. Испытывает затруднения при определении причинно-следственных связей.	Способен анализировать изученный теоретический материал, но допускает незначительные ошибки. Отвечает на уточняющие вопросы неполно/некорректно.	Имеет глубокие знания всего материала дисциплины; изложение полученных знаний полное, системное; допускаются единичные ошибки, самостоятельно исправляемые при собеседовании.
	ИПКС-2.2. Использует социальные проекты в качестве инструмента реализации политики социальной и корпоративной ответственности организации	Не способен грамотно и логически верно излагать, и использовать теоретический материал. Не способен определять причинно-следственные связи. Не может ответить на уточняющие вопросы преподавателя.	Способен анализировать изученный теоретический материал, однако допускает значительные ошибки. Не способен ответить на уточняющие вопросы. Испытывает затруднения при определении причинно-следственных связей.	Способен анализировать изученный теоретический материал, но допускает незначительные ошибки. Отвечает на уточняющие вопросы неполно/некорректно.	Имеет глубокие знания всего материала дисциплины; изложение полученных знаний полное, системное; допускаются единичные ошибки, самостоятельно исправляемые при собеседовании.

	ИПКС-2.3. Разрабатывает и обосновывает варианты управленческих решений на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	Не способен грамотно и логически верно излагать, и использовать теоретический материал. Не способен определять причинно-следственные связи. Не может ответить на уточняющие вопросы преподавателя.	Способен анализировать изученный теоретический материал, однако допускает значительные ошибки. Не способен ответить на уточняющие вопросы. Испытывает затруднения при определении причинно-следственных связей.	Способен анализировать изученный теоретический материал, но допускает незначительные ошибки. Отвечает на уточняющие вопросы неполно/некорректно.	Имеет глубокие знания всего материала дисциплины; изложение полученных знаний полное, системное; допускаются единичные ошибки, самостоятельно исправляемые при собеседовании.
ПКС-6. Способен организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия	ИПКС-6.2. Организовывает проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия	Не способен грамотно и логически верно излагать, и использовать теоретический материал. Не способен определять причинно-следственные связи. Не может ответить на уточняющие вопросы преподавателя.	Способен анализировать изученный теоретический материал, однако допускает значительные ошибки. Не способен ответить на уточняющие вопросы. Испытывает затруднения при определении причинно-следственных связей.	Способен анализировать изученный теоретический материал, но допускает незначительные ошибки. Отвечает на уточняющие вопросы неполно/некорректно.	Имеет глубокие знания всего материала дисциплины; изложение полученных знаний полное, системное; допускаются единичные ошибки, самостоятельно исправляемые при собеседовании
	ИПКС-6.3. Анализирует коммуникационные эффекты благотворительных мероприятий	Не способен грамотно и логически верно излагать, и использовать теоретический материал. Не способен определять причинно-следственные связи. Не может ответить на уточняющие вопросы преподавателя.	Способен анализировать изученный теоретический материал, однако допускает значительные ошибки. Не способен ответить на уточняющие вопросы. Испытывает затруднения при определении причинно-следственных связей.	Способен анализировать изученный теоретический материал, но допускает незначительные ошибки. Отвечает на уточняющие вопросы неполно/некорректно.	Имеет глубокие знания всего материала дисциплины; изложение полученных знаний полное, системное; допускаются единичные ошибки, самостоятельно исправляемые при собеседовании
ПКС-8. Способен осуществлять	ИПКС-8.1. Создает актуальные	Не способен грамотно и логически верно излагать,	Способен анализировать изученный	Способен анализировать	Имеет глубокие знания всего материала

авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	и использовать теоретический материал. Не способен определять причинно-следственные связи. Не может ответить на уточняющие вопросы преподавателя.	теоретический материал, однако допускает значительные ошибки. Не способен ответить на уточняющие вопросы. Испытывает затруднения при определении причинно-следственных связей.	изученный теоретический материал, но допускает незначительные ошибки. Отвечает на уточняющие вопросы неполно/некорректно.	дисциплины; изложение полученных знаний полное, системное; допускаются единичные ошибки, самостоятельно исправляемые при собеседовании.
	ИПКС-8.3. Разрабатывает инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	Не способен грамотно и логически верно излагать, и использовать теоретический материал. Не способен определять причинно-следственные связи. Не может ответить на уточняющие вопросы преподавателя.	Способен анализировать изученный теоретический материал, однако допускает значительные ошибки. Не способен ответить на уточняющие вопросы. Испытывает затруднения при определении причинно-следственных связей.	Способен анализировать изученный теоретический материал, но допускает незначительные ошибки. Отвечает на уточняющие вопросы неполно/некорректно.	Имеет глубокие знания всего материала дисциплины; изложение полученных знаний полное, системное; допускаются единичные ошибки, самостоятельно исправляемые при собеседовании.

Таблица 7 – Критерии оценивания

Оценка	Критерии оценивания
Высокий уровень «5» (отлично) – «зачет»	оценку «отлично» 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 «хорошо» 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 «удовлетворительно» 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 «неудовлетворительно» 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

Методические указания и рекомендации по проведению конкретных видов учебных занятий по дисциплине «Философия имиджевой деятельности и развитие клиентурных отношений».

6.3.1. Цветкова Е.А. 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.

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 (состав по дисциплине определен в настоящей РПД и подлежит обновлению при необходимости).

7.1. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Научная электронная библиотека E-LIBRARY.ru. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>
2. Электронная библиотечная система Поволжского государственного университета сервиса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elib.tolgas.ru/> - Загл. с экрана.
3. Электронно-библиотечная система Znanium.com [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://znanium.com/>. – Загл. с экрана.
4. Открытое образование [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://openedu.ru/>. - Загл с экрана.
5. Polpred.com. Обзор СМИ. Полнотекстовая, многоотраслевая база данных (БД) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://polpred.com/>. – Загл. с экрана.
6. Базы данных Всероссийского института научной и технической информации (ВИНИТИ РАН) по естественным, точным и техническим наукам [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.viniti.ru>. – Загл. с экрана.
7. Университетская информационная система Россия [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://uisrussia.msu.ru/>. – Загл. с экрана.
8. Научно-техническая библиотека НГТУ <http://www.nntu.ru/RUS/biblioteka/bibl.html>. Электронные библиотечные системы. Электронный каталог книг <http://library.nntu.nnov.ru/>.
9. Электронный каталог периодических изданий <http://library.nntu.nnov.ru/>
10. Гости Нормы, правила, стандарты и законодательство России <http://www.nntu.ru/RUS/biblioteka/resyrs/norma.htm>.

7.2. Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Таблица 8 – Перечень электронных библиотечных систем

№	Наименование ЭБС	Ссылка, по которой осуществляется доступ к ЭБС
1	Консультант студента	http://www.studentlibrary.ru/

2	Лань	https://e.lanbook.com/
3	Юрайт	https://biblio-online.ru/
4	TNT-ebook	https://www.tnt-ebook.ru/

В таблице 10 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.

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	База данных стандартов и регламентов РОССТАНДАРТ	https://www.gost.ru/portal/gost//home/standarts
2	Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем	https://cyberpedia.su/21x47c0.html

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/>

На сайте НГТУ размещены в формате PDF материалы, разработанные по курсу «Основы теории цепей».

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

Для контактной и самостоятельной работы обучающихся выделены помещения, оснащённые компьютерной техникой с подключением к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации:

- специализированная аудитория 6302 с проектором и доступом в Интернет для проведения лекций, семинаров самостоятельной работы и презентаций.

Наименование	Оснащенность	Программное обеспечение
--------------	--------------	-------------------------

оборудованного учебного кабинета	оборудованного учебного кабинета	
Мультимедийная аудитория № 6302 учебно-лабораторного корпуса № 6	1. Доска меловая – 1 шт. 3. Экран – 1 шт. 4. Мультимедийный проектор Epson X12 – 1 шт. 5. Компьютер PC MB Asus на чипсете Nvidia/AMD AthlonXII CPU 2.8Ghz/ RAM 4 Ggb/SVGA StandartGraphics + GeForce Nvidia GT210/HDD 250Ggb, SATA interface, монитор 19", с выходом на проектор. 6. Рабочее место студента - 74 7. Рабочее место для преподавателя – 1 шт.	1. Windows 7 32 bit корпоративная; VL 49477S2 2. Adobe Acrobat Reader DC-Russian (беспл.) 3. Microsoft Office Professional Plus 2007 (лицензия № 42470655); 4. Dr.Web (с/н GMN9-DSLH-G4U1-LW6H от 11.05.23 до 28.05.24)

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;
- разбор конкретных ситуаций.

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 студентами, так и современных информационных технологий: чат, электронная почта, Контур.

Иницируется 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 зачета 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.

Методические указания для занятий лекционного типа, по освоению дисциплины на практических занятиях и по самостоятельной работе находятся в оценочных материалах по дисциплине «Философия имиджевой деятельности и развитие клиентурных отношений», которые хранятся на кафедре «Связи с общественностью, маркетинг и коммуникации».

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. Материалы лекций являются опорной основой для подготовки обучающихся к практическим занятиям / лабораторным работам и выполнения заданий самостоятельной работы, а также к мероприятиям текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине.

10.3. Методические указания по освоению дисциплины на практических занятиях

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

Практические занятия обучающихся обеспечивают:

- проверку и уточнение знаний, полученных на лекциях;
- получение умений и навыков решения задач;
- подведение итогов занятий по рейтинговой системе, согласно технологической карте дисциплины.

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.

Развернутые методические указания по всем видам работы студента находятся на кафедре «СОМиК».

11. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

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:

- обсуждение теоретических вопросов (дискуссия);
- индивидуальные задания;
- коллоквиум,
- экзамен.

Типовые задания по каждому виду текущего контроля представлены в оценочных материалах по дисциплине «Философия имиджевой деятельности и развитие клиентурных отношений», которые хранятся на кафедре «Связи с общественностью, маркетинг и коммуникации».

11.1. Типовые вопросы для промежуточной аттестации в форме зачета

Промежуточный контроль знаний осуществляется преподавателем в форме зачета, включающего устный ответ на 2 теоретических вопроса.

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 формирования и функционирования 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.

11.2. Типовые задания для текущего контроля

Тема 3.2. Коммуникативно-управленческая модель имидж.

Пример комплексного задания в составе глоссарной (знаниевой -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:

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 организационнофункциональную 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).

Практическое 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 управленческих 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.

Вопросы:

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

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

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, средовый, овеществленный. Содержание и основные этапы формирования имиджа данного типа, технологии его конструирования.
4. Самопрезентация. Соотношение понятий: самопрезентация, управление впечатлением, самораскрытие, самовыражение, имидж. Рефлексия.

Тематики контрольных вопросов:

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 стрессоустойчивость, креативность, предприимчивость, 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).

Полный фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации размещен в учебном пособии и УМК:

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.;

Цветкова Е.А. 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.

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)

Щербакова Елена Евгеньевна, доктор педагогических наук, профессор кафедры культуры и психологии предпринимательства Института экономики им. Н.И. Лобачевского (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 Ангелина Владимировна, 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 задач) и аудиторных заданиях (решение прикладных 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 А.В., 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.

профессор кафедры культуры и психологии предпринимательства
Института экономики им. Н.И. Лобачевского
Щербакова Елена Евгеньевна

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 (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.