

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет политики и международных отношений

Кафедра политических наук и технологий

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

ИМИДЖМЕЙКЕРСТВО

(Б1.Б28)

не устанавливается

краткое наименование дисциплины

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр

форма обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

Автор – составитель:

к.и.н. доцент кафедры ПНиТ

М.П. Беленко

Новосибирск, 2019

1. Цель освоения дисциплины:

Сформировать следующие компетенции в области рекламы и связей с общественностью:

ОПК-1 - способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах.

УК ОС-2- способность разрабатывать проект на основе оценки ресурсов и ограничений.

2. План курса:

Раздел 1. Теоретические основы имиджа

Тема 1.1. Составляющие имиджевой коммуникации

Психологические предпосылки возникновения имиджа. Коммуникативная модель формирования имиджа (имидж как символическое взаимодействие). Тройственное понимание субъекта имиджа: субъект воспринимающий (аудитория), субъект транслирующий (прообраз) и субъект формирующий (имиджмейкер). Формирование имиджа как субъект-субъектное взаимодействие. Формирование имиджа как создание социальной реальности в сознании людей. Когнитивные процессы в основе формирования имиджа. Социальные стереотипы и установки. Значение и личностный смысл. Семиотические процессы формирования имиджа. Психологическая структура и типология имиджа.

Тема 1.2. Прагматика имиджевой коммуникации

Позиционирование: отбор, утрировка, перевод, вербализация, эмоционализация, мифологизация. Контрреклама: прямое опровержение, не прямое опровержение, отвлечение внимания, молчание, предупреждение. Создание благоприятных ситуаций, менеджмент акций. Привлекающие и отвлекающие внимание ситуации. Создание благоприятных контекстов: изменение понимания реципиентом событий, явлений и персон путем изменения их взаимосвязи. Коррекция имиджа

Тема 1.3. Типы имиджа, имиджевые характеристики

Когнитивный, аффективный и поведенческий компоненты имиджа. Сознательный и бессознательный уровни функционирования имиджа. Функциональные и психологические преимущества объекта. Ключевые имиджевые характеристики объекта. Личность как реципиент имиджа. Малая, средняя и большая социальные группы как аудитория имиджа. Массовая аудитория имиджа. Виды объектов имиджа: личность и организация. Виды имиджа. Профессиональный имидж. Типологии по области применения: бизнес, реклама, шоу-бизнес, политика, управление организацией.

Раздел 2. Формирование и управление имиджем

Тема 2.1. Целевые аудитории в имиджевой коммуникации

Основания для выделения целевых аудиторий – географические, гендерные, экономические, стилистические, социально-демографические, коммуникационные, ценностные.

Тема 2.2. Стратегии и тактики построения имиджа

Этапы имиджевой кампании: «оценка аудитории», «изучение объекта», «коррекция характеристик объекта», «планирование», «символизация», «презентация имиджа». Стратегия построения имиджа. Плюсы и минусы наличия стратегии. SWOT-анализ и его этапы. Особенности SO, ST, WO и WT-стратегий. Тактики работы с имиджем. Четыре задачи связей с общественностью (И. Викентьев): позиционирование, возвышение имиджа, «снижение» имиджа, возвышение «уроненного» имиджа (контрреклама или контрпропаганда).

Тема 2.3. Индивидуальный имидж

Внешняя и внутренняя мотивация по созданию имиджа. Оригинальный и наведенный виды имиджа. Имидж, ориентированный на самоощущение, и имидж, ориентированный на восприятие. Я-концепция и Я-образ. Взаимоотношения имиджа, Я-реального, Я-идеального и Образа Я у других. Механизмы каузальной атрибуции. Тело, лицо, поведение человека как объект его имиджа. Закономерности зрительного восприятия лица и фигуры человека. Психологическая характеристика стилей одежды. Совершенствование рефлексивно-перцептивных способностей. Развитие способностей по диагностике и экспрессии эмоционального состояния. Самопрезентация. Факторы восприятия личности в общественном сознании. Критерии эффективности индивидуального имиджа. Навыки высокоэффективных людей (по Стивену Кови).

Тема 2.4. Имидж политического лидера

Структура и компоненты имиджа политика. Модель внутреннего пространства личности. «Окно Джогарри»: открытая, «слепая», скрытая и неведомая зоны. Инструменты коррекции имиджа руководителя. Средства интернета для формирования имиджа. Технические средства самопрезентации: сайт, блог, подкастинг, социальные сети.

Тема 2.5. Имидж организации

Функции и целевые аудитории. Имиджевая коммуникация: причины и поводы. Структура имиджа организации (В. Королько). Четыре компонента имиджа организации (К. Шенфельд). Инструменты формирования имиджа. Реальный, «зеркальный» и идеальный имидж. Коррекция имиджа как процесс. «Имиджевые» вопросы (Г. Левинсон и А.Ю. Смирнов). Организация как дом (А.И. Чумиков).

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1	Теоретические основы имиджа	
Тема 1.1	Составляющие имиджевой коммуникации	Устные ответы на вопросы
Тема 1.2	Прагматика имиджевой коммуникации	Написание конспектов
Тема 1.3	Типы имиджа, имиджевые характеристики	Ответы на вопросы тестирования
Раздел 2	Формирование и управление имиджем	
Тема 2.1	Целевые аудитории в имиджевой коммуникации	Устные ответы на вопросы
Тема 2.2	Стратегии и тактики построения имиджа	Ответы на вопросы тестирования
Тема 2.3	Индивидуальный имидж	Написание конспектов
Тема 2.4	Имидж политического лидера	Написание доклада
Тема 2.5	Имидж организации	Написание контрольной работы

Форма промежуточной аттестации: **экзамен.**

4. Основная литература

1. Аверченко, Л. К. Имиджелогия : учеб. пособие для студентов всех форм обучения / Л. К. Аверченко ; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ, Сиб. ин-т упр. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2014. - 197 с. – То же [Электронный ресурс]. - Доступ из Б-ки электрон. изданий / Сиб. Ин-т упр. – филиал РАНХиГС. - Режим доступа : <http://www.sapanet.ru>, требуется авторизация (дата обращения : 01.08.16). - Загл. с экрана.
2. Горчакова, В. Г. Имиджелогия: теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов / В. Г. Горчакова. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2014. - 335 с. - То же [Электронный ресурс]. - Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/15362>, требуется авторизация (дата обращения : 01.08.16). – Загл. с экрана. - То же [Электронный ресурс]. – Доступ из Унив. б-ки ONLINE. – Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115022>, требуется авторизация (дата обращения : 01.08.2016). – Загл. с экрана.