

Министерство образования и науки РФ
Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ



Директора Торгово-
экономического института
Ю.Л. Александров
« » 2017 г.
Торгово-экономический
институт

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ИМИДЖЕЛОГИЯ

Дисциплина ОП.10 Имиджелогия

Специальность 43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании

Красноярск 2017

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании

Программу составили: преподаватель Веремеенко О.С. 

фамилия, инициалы, подпись

Рабочая программа дисциплины обсуждена на заседании ОСПО «22» марта 2017 г. протокол № 3

Заведующий ОСПО: Зайцева Н.С. 

фамилия, инициалы, подпись

Дополнения и изменения в рабочей программе дисциплины на 20__/20__ учебный год.

В программу вносятся следующие изменения: _____

Рабочая программа дисциплины пересмотрена и одобрена на заседании ОСПО

«__» _____ 20__ г. протокол № __

Заведующий ОСПО Зайцева Н.С. _____

фамилия, инициалы, подпись

Внесенные изменения утверждаю:
Директор Торгово-экономического института:

Ю.Л. Александров _____

фамилия, инициалы, подпись

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

Имиджелогия - инновационная научно-технологическая дисциплина человековедческого жанра, новой отрасли теоретико-прикладного знания. Интегрируя в себе научные дисциплины гуманитарного, искусствоведческого и естественного характера, она помогает людям компактно использовать столь солидный информационный банк для выстраивания достойных отношений в различных социумах, высвечивать личностно-деловые качества, умело затенять недостатки субъекта, обретать морально-психологическую уверенность в общении.

Учебный курс "Имиджелогия" рассчитан на подготовку специалистов, чья профессиональная деятельность связана с работой в области оказания услуг.

Курс "Имиджелогия" имеет прикладную направленность.

Цель дисциплины - вооружить студентов знаниями теоретических основ имиджелогии, основных механизмов и методов формирования имиджа, технологиями самопрезентации, а также навыками и умениями их эффективного использования в процессе профессиональной деятельности выпускников.

1.2 Задачи изучения дисциплины

Задачи дисциплины заключаются в развитии следующих знаний, умений и навыков личности:

- Ознакомление с процессом и технологией конструирования имиджа;
- Формирование практических умений в области исследования, оценки имиджа, коррекции и конструирования имиджевых характеристик;
- Развитие рефлексивных, аналитических, исследовательских способностей студентов;
- Повышение коммуникативной компетенции выпускников, совершенствование способностей самопрезентации, проработка собственной Я-концепции;
- Обучение приемам, способствующим достижению высокой эффективности при взаимодействии с другими людьми;
- Актуализация у студентов потребности творчески совершенствовать себя в личностном аспекте;
- Показать, что личное обаяние людей можно рассматривать как гарантийный фактор здорового образа жизни.

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины «Имиджология» направлен на формирование следующих компетенций:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ПК 1.4. Участвовать в оценке эффективности деятельности организации общественного питания.

ПК 2.6. Разрабатывать и представлять предложения по повышению качества обслуживания.

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

- сущность имиджа, его составляющие и роль в различных сферах общественных отношений;
- концепцию, слагаемые и типы имиджа;
- структуру и факторы персонального имиджа;
- способы и средства создания персонального имиджа;
- правила и этапы управления имиджем;
- способы конструирования персонального и публичного имиджей;
- социально-психологические механизмы формирования имиджа;
- составляющие внутреннего и внешнего корпоративного имиджа, способы их построения;

иметь представление:

- об основных теоретических подходах к проблеме имиджа, принципах его формирования, функциях и методах;
- о роли имиджа в современном бизнесе, политике, в повседневной жизни.

уметь:

- производить оценку и тестирование имиджевых характеристик;
- составлять программу коррекции и конструирования имиджа;
- анализировать имидж отдельных индивидов и организаций;
- выявлять национальные особенности построения имиджа;
- понимать скрытые процессы, связанные с управлением имиджем;
- определять профиль аудитории, личности, организации;
- диагностировать отдельные характеристики фирмы в целях проектирования имиджа;
- разрабатывать тактику формирования имиджа организации, личности, товара;
- разрабатывать рекомендации и предложения для изменения имиджа;
- использовать технологии имиджирования.

владеть:

- технологиями "личного обаяния";
- приемами, способствующими достижению высокой эффективности при взаимодействии с другими людьми.

1.4 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Курс «Имиджелогия» относится к вариативной части цикла общепрофессиональных дисциплин (ОП. 09) и направлен на углубление и расширение гуманитарных знаний, полученных в рамках школьной программы по курсу «Обществознание». Для изучения дисциплины «Имиджелогия» необходимы знания законов исторического и общественного развития, социокультурных закономерностей и особенностей межкультурного взаимодействия, закономерностей образовательного процесса, теорий обучения и воспитания. Студенты должны уметь выстраивать социальные взаимодействия с учетом различий участников процесса общения, осуществлять сбор и первичную обработку информации, владеть методами социальной диагностики. В связи с этим, обеспечивающими дисциплинами являются учебные предметы общего гуманитарного и социально-экономического цикла: «История», «Основы философии».

Курс «Имиджелогия» имеет междисциплинарные связи с такими последующими дисциплинами учебного плана специальности, как «Психология и этика профессиональной деятельности», «Менеджмент и управление персоналом в организациях общественного», «Организация обслуживания в организациях общественного питания».

1.5 Особенности реализации дисциплины

Дисциплина реализуется на русском языке.

2 Объем дисциплины

Виды работ	Форма обучения	
	Очная	
	Семестр	
	IV	
А	1	2
Лекции	36	
Практические занятия (ПЗ)	12	
Семинарские занятия (СЗ)	-	
Лабораторные занятия (ЛЗ)	-	
Консультации	4	
Самостоятельная работа	20	
Контрольная работа	+	
Реферат	-	
Курсовая работа	-	
Зачет	-	
Экзамен	+	
Всего часов:	72	

3 Содержание дисциплины

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа (акад. час)	Занятия семинарского типа		Самостоятельная работа, (акад. час),	Формируемые компетенции
			Семинары и/или Практи- ческие заня- тия (акад. час)	Лабораторные работы и/или Практикумы (акад. час)		
1	2	3	4	5	6	7
1	Имиджелогия: сущность и специфика учебного предмета	4	-	-	4	ОК-1 – ОК-4; ОК-6; ОК-8, ПК-1.4; ПК-2.6
2	Технология имиджирования	20	10	-	8	ОК-1 – ОК-4; ОК-6; ОК-8, ПК-1.4; ПК-2.6
3	Отрасли имиджелогии	12	2	-	8	ОК-1 – ОК-4; ОК-6; ОК-8, ПК-1.4; ПК-2.6
	Итого	36	12	-	20	

3.2 Занятия лекционного типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах	
			всего	в том числе, в инновационной форме
1	Раздел 1 <i>Имиджелогия: сущность и специфика учебного предмета</i>	<i>Имиджелогия как наука</i> Истоки имиджелогии. История развития имиджелогии в России, формирование имиджелогии как науки. Имиджелогия: определение, объект и предмет науки; Отрасли имиджелогии; Тенденции и приоритетные направления развития имиджелогии в России; Имиджелогия как часть современного человековедения; Универсальное значение имиджелогии.	2	2
		<i>Имидж: понятие, структура, виды</i> Понятие «имидж, его психологическое содержание; Основные характеристики имиджа; Приоритетные функции имиджа; Функциональный, контекстный и сопоставительный подходы к имиджу. Типология имиджей; Составные части имиджа.	2	2
2	Раздел 2 <i>Технология имиджирования</i>	<i>Формирование индивидуального имиджа человека</i> Имиджирование как форма самопрезентации. Принципы формирования индивидуального имиджа человека. Технологии и этапы формирования индивидуального имиджа. Базовая модель технологии имиджирования. Личный имидж – важная составляющая карьерного роста.	2	
		<i>Я-концепция как основа формирования имиджа</i> Процесс социализации и формирование Я-концепции. Понятие Я-концепции. Составляющие Я-концепции: когнитивная, оценочная, поведенческая. Внешние данные и Я-концепция. Внешний облик и половая самоидентичность.	2	2
		<i>Влияние психологических особенностей личности на формирование индивидуального стиля</i>	2	2

		<p>Понятие темперамента и характера человека. Типологии темперамента: гуморальная теория темперамента, типы нервной системы по И.П. Павлову, конституционные теории темперамента.</p> <p>Влияние психологических особенностей личности на формирование индивидуального стиля в одежде.</p> <p>Одежда как характеристика личности.</p>		
		<p><i>Индивидуальные особенности строения тела и формы лица</i></p> <p>Предмет физиогномики. Лицо как наиболее выразительная часть внешнего облика человека. Фейсбилдинг. Читабельность лица. Практическая полезность физиогномики. Формы лица. Зоны лица. Тип лица и личность.</p> <p>Секреты пропорциональной фигуры. Типы телосложений у мужчин и женщин.</p> <p>Субъективная и объективная оценка внешности. Теория иллюзий зрительного восприятия. Выбор корректирующих и акцентирующих линий в одежде, причёске, аксессуарах.</p>	2	2
		<p><i>Прическа. Макияж. Внешность.</i></p> <p>Прическа и внешность. Из истории парикмахерского искусства. Уход за волосами.</p> <p>Типы причёсок. Силуэт и форма причёсок. Типы лиц и причёски.</p> <p>Строение лица. Методы коррекции лица.</p> <p>Искусство макияжа.</p> <p>Цветовые типы и их признаки.</p>	2	2
		<p><i>Одежда и аксессуары как элемент имиджа</i></p> <p>Одежда как элемент имиджа. «Язык» одежды.</p> <p>Мода и стиль в одежде. Стиль “casual” (городской стиль). Стиль “унисекс”. Стиль “military”. Стиль “сафари”. “Гламурный минимализм”. Клубный стиль. Эkleктика (стиль “second hand”). Экзотизм.</p> <p>Правила делового дресс-кода.</p> <p>Правила создания стиля одежды. Диагностика личности по одежде. Стереотипы имиджа.</p> <p>Соответствие аксессуарной группы фигуре, возрасту, ситуации, времени года, стилю.</p> <p>Требования, предъявляемые к качеству аксессуаров.</p>	2	2
		<p><i>Невербальный имидж</i></p> <p>Кинетический имидж. Понятие кинетического имиджа как согласованной совокупно-</p>	2	2

		<p>сти характеристик человека. Кинесика о диапазоне выразительных средств в структуре имиджевой коммуникации (поз, жестов, мимики). Проксемика о характере и роли дистанции и пространства. Сенсорика о вкусе, запахе, звукосочетаниях. Такесика о прикосновениях, объятиях, поцелуях и пр.</p> <p>Комплексность и функциональная направленность кинетического имиджа. Информационная, прагматическая и маркирующая функции. Модели кинетического имиджа и его место в структуре невербального имиджа.</p>		
		<p><i>Вербальный имидж</i></p> <p>Современные требования, предъявляемые к речи носителя имиджа. Культура речи и ее влияние на создание позитивного образа. Техника работы над вербальным имиджем. Психология восприятия звучащего слова.</p> <p>Стратегии устных коммуникаций. Специфика вербальных средств коммуникации в профессиональной деятельности. Техника выражения мыслей. Причины, затрудняющие передачу информации. Понятие и содержание речевого этикета. Терапия слова. Словесная подстройка к деловому партнёру. Словесные диаграммы и речевые конструкции. Текст, его создание и этапы речевого действия.</p> <p>Умение слушать как средство коммуникации. Слушание и проблемы понимания информации. Виды слушания: критическое, эмпатическое, нерелективное, активное, рефлексивное. Концепции, правила и технические приёмы «позитивного слушания». Обратная связь и дебрифинг. Способы задавания и конструирования вопросов. Виды вопросов и технологии ответов на них. Психологические приёмы ухода от ответов. Технологии совершенствования навыков эффективного слушания Категории слушателей.</p>	4	4
3	<p>Раздел 3 <i>Отрасли имиджологии</i></p>	<p><i>Корпоративный имидж</i></p> <p>Основы технологии формирования внешнего имиджа фирмы.</p> <p>Основы технологии формирования внутреннего имиджа фирмы.</p> <p>Целенаправленное управление внутренней коммуникацией в целях имиджирования. Обучение и консультирование, непосредственно направленные на поддержание имиджа организации в глазах персонала. Программы стимулирования труда и формирование позитивного имиджа организации. Программы стимулирования. Денежные и неденежные формы поощрения.</p> <p>Кадровая политика предприятия как способ формирования внутреннего имиджа фирмы. Подбор персонала. Система профессиональной адаптации, продвижения и ротации.</p>	4	-

	<p>ции. Повышение уровня профессиональных знаний. Тренинги знаний и навыков. Поддержание благоприятного социально-психологического климата. Организация неформального общения сотрудников. Формы отдыха, обеспечивающие сплочение коллектива.</p>		
	<p><i>Корпоративная культура</i> Корпоративная культура как элемент корпоративного имиджа. Базовые принципы, которых придерживаются сотрудники организации. Ценностные ориентации. Символика, фирменный стиль, история организации. Внешняя и внутренняя корпоративная культура. Корпоративные стандарты: отношение к клиенту, отношения с коллегами, внешняя среда, выполнение функций. Механизмы формирования корпоративной культуры. Фирменный стиль.</p>	2	-
	<p><i>Профессиональный имидж</i> Взаимосвязь имиджирования и самореализации, их связь с критериями профессиональной судьбы. Имидж и карьера. Важнейшие показатели профессионального имиджа. Имидж как средство решения личностных проблем. Принципы и технологии формирования профессионального имиджа человека. Анализ позитивных и негативных личностных, профессиональных, нравственных качеств. Профессиональные типы личности. Профессиональный имидж работника общественного питания.</p>	2	-
	<p><i>Имидж телефонного общения. Сетевой этикет.</i> Частные и деловые телефонные разговоры. Подготовка к телефонному разговору. Основные правила телефонных переговоров. Оптимальное время делового телефонного разговора. План разговора. Прием телефонных звонков. Правила общения по сотовому телефону. Специфика общения в сети.</p>	2	-
	<p><i>Имидж семьи</i> Общение в семье. Психофизиологические, психологические, социальные, культурные отношения в семье. Имидж родителей. Ролевые приоритеты в семье. Родители и дети. Семейные конфликты и способы их разрешения. Взаимоотношения с соседями. Домашний прием гостей и родственников. Домашний этикет. Климат домашнего уюта. Интерьер дома, квартиры.</p>	2	-
	ИТОГО	36	

3.3 Занятия семинарского типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах	
			всего	в том числе, в инновационной форме
1	Раздел 2 <i>Технологии имиджирования</i>	<i>Методика определения «Я-концепции»</i> Упражнение «Мое самовосприятие» (по Р. Бернсу). Упражнение «Я-реальное» Упражнение «Я-идеальное». Упражнение «Мои жизненные планы». Тест «Определение уровня самооценки».	2	-
		<i>Цветотип внешности и конструирование габитарного имиджа</i> Определение типа внешности и разработка практических рекомендаций по конструированию внешности. Этапы определения цветовых типов на примере студентов группы. Составление цветовой гаммы для одежды, аксессуаров, макияжа, волос.	2	2
		<i>Мужская одежда и аксессуары</i> Формирование индивидуального стиля в одежде. Выбор стиля одежды для мужчин. Костюм – самая важная часть мужского гардероба. Виды костюма. Основные детали костюма: плечи, лацканы, пуговицы, рисунок, карманы, подкладка, швы. Галстук. Стиль casual для мужчин. Одежда для занятий спортом. Домашняя одежда для мужчин. Аксессуары. Обувь. Парфюмерия. Украшения. Уход за одеждой.	2	-
		<i>Женская одежда и аксессуары</i> Базовый гардероб для женщины. Деловая женская одежда. Вечернее платье и обувь к нему. Домашняя женская одежда.	2	-

		Женская обувь. Гардероб для полной женщины. Методы коррекции фигуры с помощью одежды. Возраст и выбор одежды.		
		<i>Правила эффективной самопрезентации</i> Защита творческих проектов самопрезентации собственной личности	2	2
2	Раздел 3 <i>Отрасли имид- желогии</i>	<i>Корпоративный имидж организации общественного питания</i> Защита индивидуальных проектов по теме «Корпоративный имидж организации общественного питания и рекомендации по его совершенствованию (на материалах организации общественного питания г. Красноярска)	2	2
<i>ИТОГО</i>			12	6

3.4 Лабораторные занятия

Учебным планом не предусмотрено.

4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Кошлякова М. О. Имиджелогия. Вербализация имиджа: Методические указания по выполнению самостоятельной работы для студентов, обучающихся по специальности 230500 Социально-культурный сервис и туризм [Электронный ресурс] / М. О. Кошлякова. - М.: ГОУВПО МГУС, 2005. - 21 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=364821>

5 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

В соответствии с учебным планом, формой итогового контроля является экзамен.

Целью экзамена является проверка усвоения студентами теоретического материала по темам курса, готовности применить эти знания и умения в соответствии с избранной ими профессиональной деятельностью.

Экзамен по дисциплине «Основы философии» может проводиться:

- в устной форме – в виде беседы преподавателя со студентом по подготовленным вопросам согласно заданию;
- в письменной форме – в виде тестирования;
- в виде тестирования в системе Moodle.

Критерии оценивания:

«Отлично» ставится, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос; показана совокупность осознанных знаний об объекте изучения, доказательно раскрыты основные положения (свободно оперирует понятиями, терминами, персоналиями и др.); в ответе отслеживается четкая структура, выстроенная в логической последовательности; ответ изложен литературным грамотным языком; на возникшие вопросы преподавателя студент давал четкие, конкретные ответы, показывая умение выделять существенные и несущественные моменты материала.

«Хорошо» ставится, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделять существенные и несущественные моменты материала; ответ четко структурирован, выстроен в логической последовательности, изложен литературным грамотным языком; однако были допущены неточности в определении понятий, персоналий, терминов, дат и др.

«Удовлетворительно» ставится, если дан неполный ответ на поставленный вопрос, логика и последовательность изложения имеют некоторые нарушения, допущены несущественные ошибки в изложении теоретического материала и употреблении терминов, персоналий; в ответе не присутствуют

доказательные выводы; сформированность умений показана слабо, речь неграмотная.

«Неудовлетворительно» ставится, если дан неполный ответ на поставленный вопрос, логика и последовательность изложения имеют существенные нарушения, допущены существенные ошибки в теоретическом материале (фактах, понятиях, персоналиях); в ответе отсутствуют выводы, сформированность умений не показана, речь неграмотная.

При проведении экзамена с использованием баз тестовых материалов по курсу рекомендуется использовать следующие критерии оценивания знаний студентов:

Уровень знаний студентов			
Оценка			
Отлично	Хорошо	Удовл.	Неудовл.
100-85%	84-65%	64-50%	Менее 50%

6 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература

1. Имиджелогия. Теория и практика: Учеб. пособие для студентов вузов Учебное пособие / Горчакова В.Г. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 335 с. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=872660>

Дополнительная литература

1. Чуланова, О.Л. Имиджелогия [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособие / О.Л. Чуланова; Сургут, гос. ун-т. - Сургут: Изд-во СурГУ, 2007. - 264 с. Код доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=504923>
2. Кошлякова М. О. Технологии формирования имиджа [Электронный ресурс] / М. О. Кошлякова. - М.: РГУТиС, 2008. - 128 с. Код доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=365046>

7 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

<http://imageology.ru/> - сайт по имиджелогии

8 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Учебный процесс по курсу «Имиджелогия» проходит по классической для средних учебных заведений схеме: лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа студентов, промежуточные формы контроля, экзамен.

Первостепенное значение в учебном процессе для любой формы обучения играют *лекции*. Данная форма представляет собой передачу информации от преподавателя студентам. Лекции имеют важнейшее значение для формирования целостной системы знаний студента и успешной сдачи зачета.

Лекционная форма работы позволяет формировать системные знания студентов. В лекциях внимание уделяется особо сложным и наименее освещенным в учебной литературе проблемам курса, с которыми самостоятельно справиться студенту, зачастую, крайне сложно. В течение лекции студенту рекомендуется вести конспективные записи, которые заключаются в кратком изложении ключевых проблем освещаемой темы.

Семинарские (или практические занятия) строятся по иному принципу. Они ориентированы на большую взаимосвязь преподавателя со студентом, при этом акцент делается на самостоятельную работу студентов, которые предварительно готовились по заранее заданным вопросам (в соответствии с планами семинарских занятий). Семинар – это особая форма текущей проверки знаний, что позволяет более объективно оценить уровень подготовленности студентов.

Семинарские занятия предполагают не только пассивный пересказ студентом прочитанного материала, но и его самостоятельный анализ изучаемой проблемы. При этом конкретные формы проведения семинара могут варьироваться преподавателем от организации коллоквиумов до деловой игры. Эффективными методами работы по имиджелогии являются организованные преподавателем дискуссии, которые показывают степень понимания проблемы студентами, умения задавать вопросы по существу, сопоставлять различные точки зрения, приводить веские аргументы в защиту своей точки зрения.

Практические занятия систематизируют работу по изучению каждой темы на основе лекционного материала, прочитанной учебной и дополнительной литературы, позволяют формировать методологические и практические навыки. В зависимости от уровня работы студентов и степени владения материалом по изучаемому курсу на семинарских занятиях иногда преподаватель осуществляет поэтапную сдачу экзамена в течение семестра.

Подготовка к семинарским и практическим занятиям предполагает высокий уровень *самостоятельной работы* студентов. Это достаточно трудный вид работы вследствие различных трактовок проблем в современной учебно-методической литературе. Поэтому самостоятельная работа студентов невозможна без совместной деятельности преподавателя и студента на лекциях и семинарах. Кроме того, студент имеет право на индивидуальные консультации преподавателя в течение семестра.

Для самостоятельной работы студентов важно использование не только учебных пособий по курсу «Имиджелогия» но и общей литературы по смежным дисциплинам, преподаваемым в ОСПО, таких как «Психология и этика профессиональной деятельности».

Самостоятельная работа по дисциплине «Имиджелогия» предусматривает развитие трудолюбия, добросовестности, настойчивости, усидчивости, самостоятельности, творческого мышления и неординарного подхода студентов к решению учебных задач, что составляет основу будущего профессионального роста.

Содержание самостоятельной работы студента по курсу «Имиджелогия» заключается:

- ✓ в проработке рекомендуемой и лично выбранной литературы в процессе подготовки к учебным занятиям, дополнении информации, полученной на лекциях и семинарских занятиях;
- ✓ в подготовке рефератов, докладов, эссе, сообщений;
- ✓ в подборе и обработке необходимой литературы, содержащей информацию для выполнения письменного опроса (тестирования).

Самостоятельная работа является важной итоговой формой работы, позволяющей оценить способности студента.

Экзамен по дисциплине «Имиджелогия» может проводиться в течение учебного семестра в следующих формах:

- ✓ в виде тестирования по основным темам курса;
- ✓ в письменном виде (письменный ответ студентов на поставленные преподавателем вопросы и задания);
- ✓ в форме устного собеседования по основным вопросам курса.

В ходе изучения дисциплины по отдельным темам могут также применяться такие формы текущего контроля как написание студентами контрольных (самостоятельных) работ; сочинений по проблемным вопросам дисциплины; подготовка докладов (рефератов) по наиболее интересным вопросам курса.

9 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

9.1. Перечень необходимого программного обеспечения

- Операционная система: Microsoft® Windows® Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level (Microsoft® Windows® XP) Лиц сертификат 45676576 от 02.07.2009, бессрочный
- Офисный пакет: Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level Лиц сертификат 43164214 от 06.12.2007, бессрочный
- Антивирус: ESET NOD32 Antivirus Business Edition for 2750 users Лиц сертификат EAV-0189835462 от 10.04.2017;
- Kaspersky Endpoint Security Лиц сертификат 2462170522081649547546 от 22.05.2017

9.2 Перечень необходимых информационных справочных систем

- Электронно-библиотечная система «СФУ» [Электронный ресурс]: база данных содержит сведения о всех видах литературы, поступающей в фонд СФУ и библиотек-партнеров. – Красноярск, [2006]. – Режим доступа <http://bik.sfu-kras.ru/>
- Электронно-библиотечная система Издательства «Лань» [Электронный ресурс]: база данных содержит коллекцию книг, журналов и ВКР. – Санкт-Петербург, [2011]. – Режим доступа: <http://e.lanbook.com/>
- Электронно-библиотечная система ZNANIUM.COM (ИНФРА-М) [Электронный ресурс]: база данных содержит учебные и научные издания. – Москва, [2011]. – Режим доступа: <http://www.znanium.com/>
- Электронная библиотека диссертаций РГБ [Электронный ресурс]: ЭБД содержит около 800 тыс. полных текстов кандидатских и докторских диссертаций на русском языке по всем отраслям наук. – Москва, [1999]. – Режим доступа: <http://diss.rsl.ru>
- Электронно-библиотечная система eLibrary [Электронный ресурс]: база данных содержит сведения о научных публикациях на русском языке. – Москва, [2000]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>
- Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Рукопт» [Электронный ресурс]: база данных содержит учебные и научные издания. – Москва, [2011]. – Режим доступа: <http://rucont.ru>
- База данных «Общественные и гуманитарные науки / EASTVIEW» [Электронный ресурс]: база содержит периодические издания по общественным и гуманитарным наукам, журналы по вопросам педагогики и образования. – Москва, [2006]. – Режим доступа: <http://www.ebiblioteka.ru/newsearch/basic.jsp>

10. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

ОСПО располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работы студентов, предусмотренных учебным планом специальности и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

В учебном процессе по дисциплине для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются учебные аудитории в соответствии с расписанием занятий.

Для занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования (ноутбук, экран, проектор) и учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы студентов оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступа в электронную информационно-образовательную среду университета (ЭИОС).

№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий	Перечень оборудования и технических средств обучения
1.	Кабинет гуманитарных и социально-экономических дисциплин № 523:	специализированная мебель; демонстрационное оборудование: доска учебная, экран настенно-потолочный Luma 120, проектор Optoma DS211, ноутбук HP Pavilion dv6 Notebook PC; Microsoft® Windows Professional 7 Russian Upgrade Academic OPEN 1 Licence No Level Лицсертификат 49394358 от 05.12.2011, № 49420632 от 09.12.2011, бессрочно; ESET NOD32 Antivirus Business Edition for 3750 users Лицензия на программное обеспечение EAV-0275470002 от 26.06.2020 до 26.06.2021; имеется неограниченный доступ в интернет, доступ в ЭИОС университета, ЭБС и БД

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Перечень вопросов для экзамена по дисциплине

1. Имиджелогия как наука: истоки, история развития, предмет и объект исследования, отрасли.
2. Имидж: понятие, структура, функции. Типология имиджей.
3. Составные части имиджа.
4. Формирование индивидуального имиджа человека. Самопрезентация.
5. Я-концепция: понятие, структура, значение.
6. Темперамент и характер: понятие, типологии, роль в имиджировании.
7. Индивидуальные особенности строения лица. Тип лица и личность.
8. Моделирование и коррекция лица. Виды макияжа. Современные тенденции в макияже.
9. Индивидуальные особенности строения тела. Способы коррекции фигуры с помощью макияжа.
10. Прическа и внешность. Выбор оптимальной прически в зависимости от формы лица.
11. Цветотипы внешности и их признаки. Переходные и смешанные цветотипы.
12. Рекомендации по выбору стиля, цветовой гаммы в одежде, аксессуаров, макияжа в зависимости от цветотипа.
13. Стилевые тенденции современной моды.
14. Мужская одежда и аксессуары.
15. Женская одежда и аксессуары.
16. Невербальный имидж: понятие, значение в процессе коммуникации.
17. Виды невербальной коммуникации и их характеристика.
18. Вербальный имидж. Требования, предъявляемые к речи носителя имиджа.
19. Умение слушать как средство коммуникации. Виды слушания.
20. Основы технологии формирования внешнего имиджа фирмы.
21. Основы технологии формирования внутреннего имиджа фирмы.
22. Корпоративная культура как элемент корпоративного имиджа.
23. Профессиональный имидж. Важнейшие показатели, принципы и технологии формирования профессионального имиджа.
24. Имидж телефонного общения.
25. Психологические, технические, административные правила общения в интернете.
26. Имидж семьи.
27. Этикет и его роль в формировании имиджа.