


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий»
Сибайский институт (филиал) УУНиТ
Педагогический факультет



УТВЕРЖДАЮ:

Декан  Л.Р. Файзуллина
(подпись, инициалы, фамилия)
«20» июня 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ПСИХОЛОГИЯ ИМИДЖА

(наименование дисциплины)

ОПОП ВО **37.03.01 ПСИХОЛОГИЯ**

шифр и наименование направления подготовки (специальности)

направленность (профиль, специализация) **Практическая психология**


наименование направленности (профиля, специализации)

форма обучения **очно-заочная**

(очная, очно-заочная, заочная)

Рабочая программа составлена на основании учебного плана основной профессиональной образовательной программы 37.03.01 Психология, направленность (профиль, специализация) Практическая психология, одобренного Ученым советом СИ (филиала) УУНиТ (протокол №8 от 19.03.2025) и утвержденного директором 19.03.2025.


Заведующий кафедрой педагогики и психологии
(наименование кафедры разработчика программы)



(подпись)

Кулуева Ю.А.
(Ф.И.О.)


Разработчик программы



(подпись)

Кулуева Ю.А.
(Ф.И.О.)

Руководитель образовательной программы



(подпись)

Кулуева Ю.А.
(Ф.И.О.)

1. Цель дисциплины. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

1.1 Цель дисциплины

Дисциплина «Психология имиджа» относится к обязательной части Блока 1 учебного плана данного направления подготовки.

При очно-заочной форме обучения дисциплина преподается на 2 курсе, в 3 семестре.

Цель изучения дисциплины: формирование у студентов системных представлений о феномене имиджа, ознакомление с теоретическими основами, основными социально-психологическими механизмами и методами формирования имиджа, а также навыками и умениями их эффективного использования в процессе профессиональной деятельности будущих профессионалов.

1.2 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Таблица 1 – Результаты обучения по дисциплине

Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (компетенции, закрепленные за дисциплиной)		Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной
код компетенции	наименование компетенции	
ОПК-7	Способен поддерживать уровень профессиональной компетенции, в том числе за счет понимания и готовности работать под супервизией	ОПК 7.1. Знает основные цели и задачи супервизии
		ОПК 7.2. Умеет применять приемы саморегуляции, технологии профессионального саморазвития и самообразования
		ОПК 7.3. Владеет навыками общения и обеспечения открытости в получении и предоставлении обратной связи.

2. Структура и трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 3 зачетных единиц (з.е.), 108 академических часа.

Таблица 2 – Объем дисциплины

Виды учебной работы	Всего, часов	Количество часов в 3 семестре
Общая трудоемкость дисциплины	108	108

Виды учебной работы	Всего, часов	Количество часов в 3 семестре
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий (всего)	24,2	24,2
в том числе:		
лекции	10	10
лабораторные занятия	-	-
практические занятия	14	14
Другие виды работ в соответствии с УП: - эссе - контрольная работа - и др.	-	-
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	83,8	83,8
Контактная работа по промежуточной аттестации	0,2	0,2
в том числе:		
зачет		0,2
зачет с оценкой		
курсовая работа (проект)		
экзамен		

3. Содержание дисциплины

Таблица 3 – Содержание дисциплины

№	Раздел (тема) дисциплины	Виды деятельности				Формы текущего контроля успеваемости
		Лек., час	Лаб. раб., час	Практ. раб., час	СРС, час	
1)	1 СЕМЕСТР					
1.	Психология внешности и имиджа: междисциплинарный статус предмета и социально-психологическая специфика.	1		1	6	ИЗ, Т,ПО, УО
2.	Социально-культурные факторы восприятия внешности	1		1	6	ИЗ, Т,ПО, УО
3.	Теоретические и экспериментальные исследования самопрезентации и самоподачи.	1		1	6	ИЗ, Т,ПО, УО
4.	Процессы социального влияния и внешность.	1		1	6	ИЗ, Т,ПО, УО
5.	Межличностная аттракция и внешность человека.	1		1	6	ИЗ, Т,ПО, УО
6.	Специфика психологических переживаний в онтогенезе.	1		1	6	ИЗ, Т,ПО, УО
7.	Специфика психологических проблем внешности при отсутствии видимых отличий.	1		1	5,8	ИЗ, Т,ПО, УО
8.	Психологические проблемы внешности и физические недостатки.	1		1	6	ИЗ, Т,ПО, УО
9.	Факторы межгруппового восприятия. Групповой имидж.			1	6	ИЗ, Т,ПО, УО
10.	Персональный имидж.	1		1	6	ИЗ, Т,ПО, УО
11.	Корпоративный имидж.			1	6	ИЗ, Т,ПО, УО
12.	Предметный имидж.			1	6	ИЗ, Т,ПО, УО
13.	Научное обеспечение практических	1		1	6	ИЗ, Т,ПО, УО

	исследований внешности и имиджа.					
14.	Методы и технологии формирования имиджа.			1	6	ИЗ, Т,ПО, УО
	ИТОГО	10		14	83,8	
	ИТОГО	10		14	83,8	

ИЗ – индивидуальное задание, Т – тестирование, Д – защита (проверка) докладов (рефератов), УО – устный опрос, ПО – письменный опрос.

Таблица 4 – Практические (семинарские) занятия

№	Наименование практических занятий	Объем, час.
1.	Психология внешности и имиджа: междисциплинарный статус предмета и социально-психологическая специфика.	1
2.	Социально-культурные факторы восприятия внешности	1
3.	Теоретические и экспериментальные исследования самопрезентации и самоподачи.	1
4.	Процессы социального влияния и внешность.	1
5.	Межличностная аттракция и внешность человека.	1
6.	Специфика психологических переживаний в онтогенезе.	1
7.	Специфика психологических проблем внешности при отсутствии видимых отличий.	1
8.	Психологические проблемы внешности и физические недостатки.	1
9.	Факторы межгруппового восприятия. Групповой имидж.	1
10.	Персональный имидж.	1
11.	Корпоративный имидж.	1
12.	Предметный имидж.	1
13.	Научное обеспечение практических исследований внешности и имиджа.	1
14.	Методы и технологии формирования имиджа.	1
2)	Итого	14

4. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

ПЛАНЫ СЕМИНАРСКИХ (ПРАКТИЧЕСКИХ) ЗАНЯТИЙ

1. Психология внешности и имиджа: междисциплинарный статус предмета и социально-психологическая специфика.
2. Социально-культурные факторы восприятия внешности
3. Теоретические и экспериментальные исследования самопрезентации и самоподачи.
4. Процессы социального влияния и внешность.
5. Межличностная аттракция и внешность человека.
6. Специфика психологических переживаний в онтогенезе.
7. Специфика психологических проблем внешности при отсутствии видимых отличий.
8. Психологические проблемы внешности и физические недостатки.
9. Факторы межгруппового восприятия. Групповой имидж.
10. Персональный имидж.
11. Корпоративный имидж.
12. Предметный имидж.
13. Научное обеспечение практических исследований внешности и имиджа.

СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ СЕМИНАРСКИХ (ПРАКТИЧЕСКИХ) ЗАНЯТИЙ

ТЕМА 1. Предмет психологии внешности и имиджа

Семинар 1. Психология внешности и имиджа: междисциплинарный статус предмета и социально-психологическая специфика.

- 1) Внешность человека как предмет изучения в различных направлениях психологической науки: социальной психологии, психологии личности, возрастной психологии, клинической психологии, психологии здоровья и т.д. Специфика в понимании и исследовании.
- 2) Социально-психологические функции внешнего облика в жизни человека. Механизмы и эффекты восприятия человека человеком.
- 3) Определение и соотношение основных понятий. Внешность, имидж, образ, самопредъявление, самопрезентация, самораскрытие, самоподача, самооценка, самоуважение, телесный образ, «Я -образ», «Я-концепция», самоощущение, внешнее «Я».
- 4) Роль компонентов внешности в структуре самооценки и самовосприятия. Нормативная и ненормативная обеспокоенность внешностью. Современные теоретические объясняющие модели и концепции.

Тезаурус:

Внешность человека; междисциплинарное изучение внешности человека.

Внешность, имидж, образ, самопредъявление, самопрезентация, самораскрытие, самоподача, самооценка, самоуважение, телесный образ, «Я -образ», «Я-концепция»
Механизмы и эффекты восприятия человека человеком.

Для самостоятельной работы студентов по теме лекции:

Задания:

Создайте методику и проведите пилотажный опрос на тему, насколько важны проблемы внешности для окружающих вас людей.

Проанализируйте понятия «нормативная и ненормативная обеспокоенность внешностью».

Темы эссе:

Роль внешности для современного человека в современном мире.

Роль внешности в структуре самовосприятия и самосознания.

Самопредъявление - реальное или идеальное проявление личности?

Имидж – инструмент достижения успеха или проявление личности.

Контрольные вопросы:

Охарактеризуйте внешность человека как объект изучения в различных науках.

В чем специфика понимания и исследования внешности человека в разных науках.

Охарактеризуйте специфику изучения психологии внешности человека в различных направлениях психологической науки;

Определите понятия «внешность, имидж, образ, самопредъявление, самопрезентация, самораскрытие, самоподача, самооценка, самоуважение, телесный образ, «Я -образ», «Я-концепция», самоощущение, внешнее «Я»».

Для текущего контроля по теме лекции проводится групповое обсуждение по теме лекции и эссе. Преподаватель оценивает, как работу подгрупп в целом, так и вклад отдельных студентов при групповой работе. Эссе оценивается индивидуально.

ТЕМА 2. Основные направления исследований внешности и имиджа

Семинар 2. Социально-культурные факторы восприятия внешности

- 1) Исследования специфических критериев оценки внешности в разных культурах.
- 2) Социально-культурные, национальные, демографические факторы восприятия внешности.
- 3) Роль когнитивных процессов в восприятии и оценки внешности. Механизмы и эффекты межличностного восприятия. Процессы социального восприятия.

Тезаурус:

Когнитивные процессы, социально-культурные факторы, процессы социального влияния

Для самостоятельной работы студентов по теме лекции:

Задания:

Проанализируйте и приведите примеры специфических критериев оценки внешности в разных культурах;

Проанализируйте и приведите примеры большей значимости любого фактора относительно других: социально-культурного, национального, демографического.

Темы эссе:

Мужская привлекательность /непривлекательность в разных культурах

Женская привлекательность /непривлекательность в разных культурах

Мужская привлекательность /непривлекательность в разные исторические эпохи

Женская привлекательность /непривлекательность в разные исторические эпохи

Контрольные вопросы:

Объясните важность учета в исследованиях социально-культурных, национальных, демографических факторов восприятия внешности.

Эффекты и механизмы межличностного и межгруппового восприятия;

Для текущего контроля по теме лекции проводится коллоквиум.

Преподаватель оценивает работу каждого студента.

Семинар 3. Теоретические и экспериментальные исследования самопрезентации и самоподачи.

1)Теоретические и экспериментальные исследования самопрезентации и самоподачи.

2)Стратегии и виды самопрезентации. Исследования невербального выражения и экспрессии внешнего «Я» личности как репрезентации особенностей личности.

3)Динамические и физиогномические компоненты в структуре невербального выражения личности. Проблема понимания и интерпретации компонентов невербального выражения личности.

Тезаурус:

Самопрезентация, самоподача, невербальное выражения, экспрессия внешнего «Я» личности, особенности личности.

Для самостоятельной работы студентов по теме лекции:

Задания:

Подготовьте программу тренинга по теме «Успешная самопрезентация»;

Подготовьте ряд упражнений по самопрезентации, которые могли бы быть включены в программу СПТ и в индивидуальную консультацию.

Темы эссе:

Сравнительный анализ исследования в области самопрезентации И.Гоффмана, И.Джонса и Т.Питтмана, Р.Чалдини;

Невербальное выражение личности.

Контрольные вопросы:

Какое место подходов к изучению самопрезентации в системе психологического знания;

Дайте характеристику основным подходам к исследованию самопрезентации. Назовите методы обучения самопрезентации;

Значение вербальной и невербальной системы коммуникации для самоподачи и самопрезентации.

Для текущего контроля по теме лекции проводится групповая дискуссия по теме лекции и эссе. Преподаватель оценивает, как работу, отдельных студентов при групповой работе и работу подгрупп. Эссе оценивается индивидуально.

Семинар 4. Процессы социального влияния и внешность

1)Инструменты анализа социальных явлений. Процессы формирования обществом норм и ценностей в области внешности.

2)Мода. Социально-психологические механизмы и характеристики моды. Имидж.

3) Внешность и имидж в системе СМИ. Роль внешности в формировании фильтров «доверия» - «недоверия», в восприятии дикторов и ведущих программ. Исследования характеристик коммуникатора через характеристики внешности.

4) Формирование

аудитории: желательного образа ведущего. Особенности восприятия популярного и непопулярного ведущего.

5) Формирование СМИ вкусов, представлений о красоте, моде, норм и культурных предпочтений.

Тезаурус:

Социальные явления. Нормы и ценности общества. Мода. Имидж. СМИ

Для самостоятельной работы студентов по теме лекции:

Задания:

Проанализируйте с точки зрения фильтров «доверия» - «недоверия» дикторов и ведущих программ в СМИ.

Составьте типологию факторов «доверия» - «недоверия».

Проведите опрос, выявляющий значимые факторы в формировании вкусов, представлений о красоте, моде, норм и культурных предпочтений.

Темы эссе:

Сравнительный анализ теории социальных представлений и теории социальной идентичности.

Менталитет социальной группы (по выбору): этнической, возрастной, и т.д.

Агенты формирования обществом норм и ценностей в области внешности.

Мода как явление социальной жизни.

Контрольные вопросы:

Роль социальных институтов в конструировании образа социального мира.

Охарактеризуйте понятие «менталитет»;

Охарактеризуйте понятие «мода»;

Возможен ли социальный контроль моды;

Для текущего контроля по теме лекции предлагается эссе. Эссе оценивается индивидуально.

Семинар 5. Межличностная аттракция и внешность человека

1) Внешность и процессы межличностной аттракции. Механизмы образования эмоциональных отношений к воспринимаемому человеку.

2) Характеристики привлекательности. Роль внешности в формировании аттракции. Подходы к изучению аттракции.

3) Эволюционно-психологическая и социально-психологическая модели.

Аттракция как социальная установка. Теоретические модели привлекательности, фильтры оценки привлекательности.

4) Эмпирические исследования факторов аттракции. Уровни аттракции.

Тезаурус:

Межличностной аттракция. Красота и привлекательность.

Для самостоятельной работы студентов по теме лекции:

Задания:

Проведите исследование факторов физической привлекательности для любой социальной группы современного общества.

Темы эссе:

Внешность как фактор формирования аттракции.

Привязанность, дружба, любовь – разные ли это феномены.

Аттракция и внешность – вместе или нет.

Контрольные вопросы:

Приведите примеры экспериментальных исследований формирования аттракции.

Охарактеризуйте стереотипы физической привлекательности.
Для текущего контроля по теме лекции предлагается эссе. Эссе оценивается индивидуально.

ТЕМА 3. Психологические проблемы личности, связанные с внешностью и имиджем

Семинар 6. Специфика психологических переживаний в онтогенезе

- 1) Специфика переживаний по поводу внешности на разных этапах онтогенеза. Нормативная обеспокоенность внешностью.
- 2) Влияние окружающего социума и процесса социализации на развитие обеспокоенности внешностью и возникновение психологических проблем. Факторы, усиливающие и ослабляющие обеспокоенность.
- 3) Психологическая помощь при нарушениях пищевого поведения, при дисморфобии.

Тезаурус:

Этапы онтогенеза. Нормативная обеспокоенность внешностью.

Для самостоятельной работы студентов по теме лекции:

Задания:

Составьте часть программы тренинга для подростков, в которой освещались бы вопросы внешности;

Составьте план консультационной работы с людьми разного возраста, имеющие психологические переживания, связанные со внешностью:

Темы эссе:

Обеспокоенность внешностью – где границы нормы

Контрольные вопросы:

В чем специфика переживаний по поводу внешности на разных этапах онтогенеза.

Охарактеризуйте понятие «нормативная обеспокоенность внешностью»

Для текущего контроля по теме семинара проводится групповое обсуждение по теме лекции.

Преподаватель оценивает работу каждого студента.

Семинар 7. Специфика психологических проблем внешности при отсутствии видимых отличий

- 1) Проблемы у людей без видимых отличий.
- 2) Методы и направления психологической поддержки при обеспокоенности внешностью

Тезаурус:

Психологическая поддержка при обеспокоенности внешностью.

Для самостоятельной работы студентов по теме лекции:

Задания:

По материалам научной литературы проанализируйте факторы влияния социума на возрастание значимости внешности.

Темы эссе:

Нарушения пищевого поведения: (булимия, анорексия) – причина или следствие.

Метросексуалы, франты, пижоны. Психологические портреты.

Субкультуры: внешние отличия-фактор....

Контрольные вопросы:

В чем состоит влияние процесса социализации на развитие обеспокоенности внешностью и возникновение психологических проблем;

Охарактеризуйте факторы, усиливающие и ослабляющие обеспокоенность;

Какие психологические проблемы возникают у людей без видимых физических недостатков;

Для текущего контроля по теме семинара проводится групповое обсуждение по теме лекции и эссе. Преподаватель оценивает, как работу подгрупп в целом, так и вклад отдельных студентов при групповой работе. Эссе оценивается индивидуально.

Семинар 8. Психологические проблемы внешности и физические недостатки

Проблемы, связанные с видимыми отличиями. Методы и направления психологической поддержки людей с физическими проблемами. Совладание. Оказание психологической помощи.

Тезаурус:

Физический недостаток, совладание, психологическая помощь

Для самостоятельной работы студентов по теме лекции:

Задания:

По материалам научной литературы проанализируйте, какие физические заболевания провоцируют психологические проблемы, связанные с «образом-Я».

Темы эссе:

Переживание проблем внешности в подростковом возрасте.

Неудовлетворенность внешностью – возможности работы психолога.

Специфика работы психолога с людьми, имеющими физические недостатки внешности.

Контрольные вопросы:

Каким образом социум может спровоцировать обеспокоенность внешностью;

Какие психологические проблемы возникают у людей с физическими недостатками.

Для текущего контроля по теме лекции проводится эссе. Эссе оценивается индивидуально.

ТЕМА 4. Характеристика различных видов имиджа: групповой, персональный, корпоративный, предметный

Семинар 9. Факторы межгруппового восприятия. Групповой имидж.

1)Обобщенный образ социальной группы. Особенности восприятия социальных групп общества.

2)Социальная идентичность. Воспринимаемые характеристики классов, слоев, гендерных, возрастных, национально-этнические групп, профессиональных групп.

3)Специфика восприятия социальными группами других групп. Психология межгрупповых отношений.

4)Социальные стереотипы. Социальная атрибуция.

Тезаурус:

Образ социальной группы общества, социальная идентичность Социальные стереотипы. Социальная атрибуция.

Для самостоятельной работы студентов по теме лекции

Задания:

Приведите примеры и обоснуйте феномен социальной атрибуции.

Составьте программу исследования группового имиджа (любой социальной группы по выбору).

Темы эссе:

Социальные стереотипы и межгрупповые отношения.

Контрольные вопросы:

Что такое обобщенный образ социальной группы;

В чем специфика восприятия социальными группами других групп общества;

Для текущего контроля по теме семинара проводится контрольный тест лекции или эссе. Тест и эссе оцениваются индивидуально.

Семинар 10. Персональный имидж

1)Мотивационно-личностные, социально-психологические, ситуационные, физиологические детерминанты персонального имиджа.

2)Вербальные и невербальные техники самопрезентации.

3)Имидж успеха.

Тезаурус:

Специфика персонального имиджа

Для самостоятельной работы студентов по теме лекции

Задания:

Опишите индивидуальный имидж на конкретных примерах публичных личностей;
Проанализируйте и сравните понятия «имидж» и «самопрезентация».

Темы эссе:

Верно ли утверждение, что имидж - это «образ себя для других»

Имидж успеха и неуспеха: критерии и факторы.

Контрольные вопросы:

Проанализируйте понятие «имидж» с учетом походов к изучению «Я-концепции»
(У.Джемс, Дж. Мид.)

Охарактеризуйте мотивационно-личностные, социально-психологические, ситуационные, физиологические факторы персонального имиджа.

Для текущего контроля по теме семинара проводится контрольный тест лекции или эссе. Тест и эссе оцениваются индивидуально.

Семинар 11. Корпоративный имидж

1) Организации в современном обществе.

2) Цели и функции организации. Культура организации.

3) Репутация организации. Корпоративный имидж и корпоративная культура.

4) Специфика функций корпоративного имиджа. Виды корпоративного имиджа.

5) Аудитория корпоративного имиджа. Субъективные и объективные факторы корпоративного имиджа.

Дресс-код в организации.

Тезаурус:

Специфика корпоративного имиджа

Для самостоятельной работы студентов по теме лекции

Проведите опрос и выясните имидж психолога в обществе.

Проведите опрос и дайте характеристику имиджа социальной группе общества (по выбору).

Темы эссе:

Социальные группы общества: стереотипы, образ, характеристики

Корпоративная культура и корпоративный имидж.

Профессиональный имидж- что это?

Контрольные вопросы:

Назовите виды корпоративного имиджа;

Функции корпоративного имиджа;

Для текущего контроля по теме семинара проводится контрольный тест лекции или эссе. Тест и эссе оцениваются индивидуально.

Семинар 12. Предметный имидж

1) Механизмы создания предметного имиджа. Персонификация.

2) Формирование установки по отношению к предмету. Использование символов.

3) Реклама. Воздействие и влияние на поведение.

Тезаурус:

Специфика предметного имиджа

Для самостоятельной работы студентов по теме лекции

Задания:

Проведите опрос и выявите характеристики успешного имиджа (персонального, корпоративного).

Темы эссе:

Воздействие рекламы: просвещение или манипуляция.

Необходима ли реклама в современном обществе.

Контрольные вопросы:

Воздействие и влияние на поведение предметного имиджа;

Механизмы создания предметного имиджа;

Для текущего контроля по теме семинара проводится контрольный тест лекции или эссе. Тест и эссе оцениваются индивидуально.

ТЕМА 5. Методы исследования и изучения внешности

Семинар 13. Научное обеспечение практических исследований внешности и имиджа.

1) Специфика практических исследований психологии внешности. Формирование выборки. Выбор времени и места исследования.

2) Методы исследования. Репрезентативность результатов исследования. Наблюдение, опросы, эксперименты. Качественные методы. Изучение самоотчетов, фокус-группы. Лонгитюдные исследования.

3) Профессиональная компетентность и этические нормы работы психолога в проблематике внешности имиджа.

4) Возможности и ограничения практической работы психолога в области внешности.

Тезаурус:

Методы исследования. Репрезентативность результатов.

Профессиональная компетентность, этические нормы

Для самостоятельной работы студентов по теме лекции

Задания:

Проанализируйте возможности использования каждого из психологических методов (наблюдение, опросы, эксперименты, качественные методы, изучение самоотчетов, фокус-группы) в исследовании проблем внешности.

Составьте программу лонгитюдного исследования по теме психологии внешности.

Приведите примеры психологического пути разрешения проблем, связанных с внешностью (на материале конкретных случаев, литературы и кинофильмов).

Темы эссе:

Внешность и имидж – границы и возможности научного исследования.

Внешность и имидж-позиции обычного человека и ученого.

Возможности и ограничения практической работы психолога в области внешности.

Контрольные вопросы:

В чем специфика практических исследований психологии внешности;

Как правильно сформировать выборку,

Какие требования к выбору времени и места исследования;

В чем состоят основные требования к профессиональной компетентности работы психолога в проблематике внешности имиджа.

Какие этические нормы необходимы для работы психолога в проблематике внешности имиджа.

ТЕМА 6. Технологии формирования имиджа

Семинар 14. Методы и технологии формирования имиджа. (начало)

1) Специфика технологий имидж-проектирования. Цели применения технологий имиджпроектирования.

2) Основания выбора, критерии, виды эффективности технологий имиджпроектирования.

3) Создание технологий имидж-проектирования. Имидж политика, ученого, менеджера и т.д.

Тезаурус:

Технологии имидж-проектирования.

Для самостоятельной работы студентов по теме лекции

Задания:

Проанализируйте технологии работы над имиджем разных исследователей.

Подготовьте свою программу создания имиджа по конкретному запросу;

Темы эссе:

Имидж политика (публичного лица... и т.д.) – возможности и ограничения создания.

Достаточно ли психологии при создании имиджа.

Контрольные вопросы:

Какие факторы необходимо учитывать в любой технологии создания имиджа.

Необходимо ли применять тесты при создании имиджа. Если да, то, какие именно?

Критерии оценки ответов на семинарские вопросы для студентов заочной формы обучения:

- "5" - выставляется студенту, если ответ студента полный, развернутый, показана совокупность глубоких, осмысленных системных знаний объекта и предмета изучения;

- "4" - если ответ студента полный, развернутый с некоторыми несущественными погрешностями;

- "3" - если ответ студента неполный, демонстрирующий поверхностное знание и понимание материала;

- "2" - если студент отказывается от ответа, не знает материал.

ТЕМЫ ДОКЛАДОВ

1. Имидж как феномен межличностного взаимодействия.
2. Имидж как социальный, культурный и психологический феномен.
3. История имиджологии. Формирование представлений об имидже в культуре второй половины XX в.
4. Психологическая структура имиджа. Структурный подход к формированию имиджа.
5. Типология имиджей.
6. Имидж как процесс и результат: содержательная и процессуальная сущность имиджологии.
7. Имидж как система и процесс. Формирование имидж-модели. Проблемы практической реализации имидж-модели.
8. Сравнительный анализ социального стереотипа и имиджа.
9. Имидж как образ.
10. Роль стереотипов в создании и восприятии имиджа.
11. Социально-перцептивные механизмы формирования имиджа.
12. Роль аудитории (обратной связи с аудиторией) в формировании (управлении) имиджа.
13. Проблема соотношения субъекта и контекста в имиджевом решении.
14. Личность и имидж.
15. Имидж и мода.
16. Управление имиджем: сущность и основные инструменты имиджмейкинга.
17. Имидж и анти-имидж.
18. Имиджология как практика и как профессия.
19. Этические и эстетические аспекты имиджмейкинга.
20. Визуальное, вербальное, событийное, контекстное измерения имиджа.
21. Социальный имидж организации: анализ конкретного примера.
22. Имидж образовательного учреждения: анализ конкретного примера
23. Управление имиджем (на примере учреждения или персоны).
24. Фирменный стиль как средство создания визуального имиджа организации.
25. Пути и методы оптимизации текущего имиджа.
26. Профессиональные требования к имиджу (педагог, психолог).
27. Имидж делового человека. Проблемы формирования и поддержания персонального имиджа.
28. Роль корпоративной культуры в формировании имиджа учреждения.

29. Инструментарий имиджологии. Типология средств создания имиджа. Условия и границы их применения и т.п.
30. Корпоративный имидж и репутация
31. Мифологизация как инструмент формирования имиджа (политика, шоу-бизнес, брендинг).
32. Проблема визуализации имиджа.
33. Роль цвета в создании имиджа (роль цвета в создании имиджа различных организаций и компаний)
34. Роль выразительных форм в создании имиджа.
35. Роль жестов и мимики в построении и восприятии имиджа.
36. Роль репутации в формировании имиджа.
37. Проблема оценки составляющих корпоративного имиджа.
38. Роль PR в формировании позитивного корпоративного имиджа.
39. Имидж политика: теоретические проблемы, методы анализа. Соотношение общего и индивидуального в имидже политического лидера.
40. Проблемы создания и восприятия имиджа в шоу-бизнесе. Специфика имиджа в шоу-бизнесе.

Критерии оценивания реферата для студентов заочной формы обучения:

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Оценка 4 – основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.

Оценка 2 – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

РЕКОМЕНДУЕМЫЕ ТЕМЫ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

1. Имидж мужчины и женщины.
2. Функции персонального имиджа.
3. Функции имиджа организации.
4. Психологический аспект персонального имиджа. Условия и предпосылки формирования эффективного персонального имиджа. Место «Я-концепции» в структуре персонального имиджа.
5. Профессиональные требования к имиджу (педагог, психолог).
6. Имидж делового человека. Проблемы формирования и поддержания персонального имиджа.
7. Роль корпоративной культуры в формировании имиджа учреждения.
8. Инструментарий имиджологии. Типология средств создания имиджа. Условия и границы их применения и т.п.
9. Мифологизация как инструмент формирования имиджа (политика, шоу-бизнес, брендинг).
10. Проблема визуализации имиджа.
11. Роль цвета в создании имиджа (роль цвета в создании имиджа различных организаций и компаний)
12. Роль выразительных форм в создании имиджа.
13. Роль жестов и мимики в построении и восприятии имиджа.
14. Роль репутации в формировании имиджа.

15. Проблема оценки составляющих корпоративного имиджа.
16. Роль PR в формировании позитивного корпоративного имиджа.
17. Имидж политика: теоретические проблемы, методы анализа. Соотношение общего и индивидуального в имидже политического лидера.
18. Проблемы создания и восприятия имиджа в шоу-бизнесе. Специфика имиджа в шоу-бизнесе. Трансляция методов создания имиджа смежных сфер (бизнес, шоу-бизнес и т.п.).
19. Имидж творческого человека: необходимые элементы, стратегии продвижения.
20. Корпоративный имидж и репутация.
21. Общественное мнение общественное сознание.
22. Когнитивные процессы в основе формирования имиджа.
23. Социальные стереотипы и установки
24. Формирование имиджа в среде массовой коммуникации.
25. Роль средств массовой информации в формировании социальной реальности.
26. Методы преподавания имиджологии как учебного предмета.
27. Технология имиджирования: позиционное представление презентации.
28. Стратегии и тактики построения имиджа. Виды имиджирующей информации.
29. Направления использования формирования имиджа (оказание индивидуальных услуг, VIP, участие в рекламной деятельности, работа в системе связей с общественностью, политическое консультирование).
30. Стихийность и целенаправленность в формировании имиджа.

Критерии оценки письменной контрольной работы для студентов очно-заочной формы обучения:

- "2" - выставляется студенту, если он отказывается от написания контрольной работы, не знает материал;
- "3" выставляется студенту, если ответ по контрольной работе неполный, демонстрирующий поверхностное знание и понимание материала;
- "4" - выставляется студенту, если ответ по контрольной работе полный, развернутый с некоторыми несущественными погрешностями;
- "5" - выставляется студенту, если ответ по контрольной работе полный, развернутый, показана совокупность глубоких, осмысленных системных знаний объекта и предмета изучения.

Тестовые задания

1. Имидж в переводе с английского языка означает:

- а) впечатление;
- б) образ;
- в) оценка.

2. Объектом имиджирования является:

- а) фирма, организация;
- б) люди, лидеры общественного мнения;
- в) все ответы верны

3. Типизация –

это:

- а) обобщенное представление о чем-либо;
- б) целенаправленно-сформированный образ чего-либо и кого-либо;
- в) явление повседневной практики общения, сводящиеся к упрощенным типам.

4. Назовите разновидности корпоративного имиджа:

5. Источником имидж-формирующей информации являются:

- а) общественность;

- б) индукторы;
- в) реципиенты.

6. Определите, кто является основным субъектом имиджирования?

- а) имиджмейкер;
- б) индукторы;

- в) реципиент;
- г) всё перечисленное

7. Термины «имидж», «репутация», «идентичность», «организационная культура» являются:

- а) синонимами;
- б) четко взаимосвязанными понятиями;
- в) не являются взаимосвязанными между собой и изучаются различными науками.

8. Основной целью имиджирования для организации является:

- а) желаемое поведение реципиентов;
- б) создание положительного образа руководителя организации;
- в) мотивация персонала.

9. Логически продолжите перечень имиджей:

- вербальный, событийный
- множественный
- искусственный
- положительный
- текущий
- самоимидж
- ситуационный (по Е.В. Змановской).

10. Вставьте необходимый термин, чтобы получилось логически верное высказывание:

Имидж - это социальной коммуникации

Имидж (глагол) стереотипы

Положительно воспринимаемый имидж состоит из элементов, и

Конструируемый имидж представляет собой, позже переводим... в реальность.

Субъективное в имидже - это, объективное в имидже - это.....

При построении персонального имиджа природные предпосылки.

При построении персонального имиджа негативно-воспринимаемые аудиторией

природные предпосылки нужно

11. К механизмам восприятия человека человеком не относится:

- А) идентификация
- Б) рефлексия;
- В) эмпатия;
- Г) каузальная атрибуция;
- Д) Стереотипизация.

12. К эффектам межличностного восприятия не относится:

- А) каузальная атрибуция;
- Б) эффект установки;
- В) эффект ореола;
- Г) эффект первичности и новизны;
- Д) стереотипизация;

13. Межличностная аттракция – это:

- А) процесс формирования привлекательности какого-либо человека для воспринимающего;
- Б) продукт процесса формирования привлекательности какого-либо человека для воспринимающего; формирования привлекательности какого-либо человека для воспринимающего;
- В) специфические эмоциональные регуляторы;
- Г) механизмы образования различных эмоциональных отношений к человеку;

14. Самопрезентация – это:

- А) личностная черта;
- Б) правила делового общения;
- В) средство организации своего поведения;
- Г) средство подтверждения образа «Я» и поддержания самооценки;
- Д) средство поддержания завышенной самооценки;
- Е) средство самовыражения;

15. К психологическим факторам, влияющим на устойчивость к проблемам с внешностью, относятся (дополните):

- А) самооценка;
- Б) социальное окружение;
- В) социальная поддержка;
- Г) социальные навыки;

16. Социальная каузальная атрибуция - это:

- А) интерпретация деятельности индивида в обществе;
- Б) интерпретация поведения индивидов в своей социальной группе;
- В) интерпретация поведения и результатов деятельности индивидов на основании их группового членства;

17. Какие системы невербальной коммуникации в наибольшей степени влияют на восприятие внешности:

- А) оптико-кинетическая;
- Б) паралингвистическая;
- Г) экстралингвистическая;
- Д) организация пространства и времени;
- Е) визуальное общение;

18. Социальные влияния на индивида осуществляются через:

- А) семью;
- Б) школу;
- В) СМИ;
- Г) религию;

19. К какой группе характеристик коммуникатора относятся характеристики внешности:

- А) к индивидуально-личностным характеристикам;
- Б) к социально-демографическим;
- В) к характеристикам коммуникативной ситуации;

Критерии оценки выполнения тестовых заданий для студентов заочной формы обучения:

- оценка "неудовлетворительно" выставляется студенту, если студент решил правильно менее 10 % заданий;
- оценка "удовлетворительно" выставляется студенту, если студент правильно решил от 10 до 40 % заданий;
- оценка "хорошо" выставляется студенту, если студент правильно решил от 40 до 70 % заданий;
- оценка "отлично" выставляется студенту, если студент правильно решил от 70 до 100 % заданий.

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

1. Имиджелогия - отрасль современного человековедения.
2. Определение понятия имиджелогии, образа, облика.
3. Компоненты имиджа личности.
4. Теоретические основания имиджа.
5. Принципы имиджелогии.

6. Приоритетные функции имиджа (ценностные, технологические).
7. Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа.
8. Роль механизмов социально-психологического влияния в процессе формирования имиджа.
9. Закономерности формирования и функционирования имиджа.
10. Социальные стереотипы и установки.
11. Механизмы влияния в процессе формирования имиджа. Понятие социальнопсихологического влияния. Убеждение. Внушение.
12. Роль средств массовой информации в формировании социальной реальности. Особенности применения печатных (книги, газеты, журналы) и электронных (радио, телевидение, Интернет) средств массовой информации.
13. Реклама и паблик рилейшенс как средство формирования образа социальных объектов.
14. Имидж руководителя. Компоненты имиджа руководителя: личностный, социальный, профессиональный.
15. Структура и типология имиджа. Когнитивный, аффективный и поведенческий компоненты имиджа.
16. Виды объектов имиджа: личность, организация, группа, товар (торговая марка).
17. Имидж как составная часть культуры делового общения.
18. Индивидуальный имидж. Взаимоотношения имиджа, Я-реального, Я-идеального и Образа Я у других.
19. Самопрезентация. Факторы восприятия личности в общественном сознании.
20. Использование психодиагностики для создания психологического портрета личности. Тесты, опорники, контент-анализ, биографический метод, наблюдение и особенности их применения.
21. Критерии эффективности индивидуального имиджа.
22. Корпоративный имидж. Понятие корпоративного имиджа. Роль имиджа учреждения (организации, формы) в условиях современного рынка услуг.
23. Внешний и внутренний имидж организации. Связь внутреннего имиджа с корпоративной культурой.
24. Основные мероприятия по совершенствованию имиджа.

Критерии оценивания для зачета для студентов очно-заочной формы обучения:

Индивидуальная оценка по результатам обучения студента определяется по шкале «зачтено - не зачтено».

Оценки «зачтено» заслуживает студент, обнаруживший знание учебного материала и посещавший аудиторские занятия, установленные учебной программой данной дисциплины. Необходимым условием выставления оценки «зачтено» является успешное выполнение заданий в рамках самостоятельной работы студентов. Дисциплина зачитывается студентам, выполнившим вышеуказанные условия и усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины.

Дисциплина считается не зачтенной тем студентам, которых недостаточные знания в знаниях основного учебного материала, не посещали аудиторские занятия или не выполнили задания в рамках СРС.

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература

1) Имиджелогия: учебно-методическое пособие / Автор-составитель М. В. Елкина. – Омск : Изд-во СибГУФК, 2013 – 156 с.

2) Имиджелогия: учебно-практическое пособие / сост. Р.А. Кадермятова; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования "Ульяновский государственный технический университет", Институт дистанционного и дополнительного образования. - Ульяновск : УлГТУ, 2014. - 91 с.: [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=363227>

Дополнительная литература

1) Горчакова, В. Г. Техники перевоплощения: имидж-тренинг в 33 шага / В. Г. Горчакова. - Ростов н/Д : Феникс, 2010. - 316 с. ; 20 см. - (Имидж и стиль). - Библиогр.: с. 313-316. - ISBN 978-5-222-17331-2 (1 экз.)

2) Лысикова, О. В. Имиджелогия и паблик рилейшнз в социокультурной сфере [Электронный ресурс] : учебное пособие / О. В. Лысикова. - Москва : Флинта, 2014. - 168 с. - Режим доступа: ЭБС "Айбукс". - Неогранич. доступ. - См. ссылку <http://ibooks.ru/product.php?productid=341718>

3) Кыштымова И.М. Личностный имидж [Текст] : [учебное пособие] / И. М. Кыштымова ; Иркутский гос. ун-т. - Иркутск : ЦентрНаучСервис, 2015. - 236 с. ; 20 см. - Библиогр.: с. 224-228.(14 экз.) 4 Усович К.И. Портретология имиджа и HR-драматургия [Текст] / К. И. Усович ; С.- Петерб. гос. ун-т. - СПб. : Изд-во СПбГУ, 2012. - 215 с. : ил. ; 20 см. - (Теория менеджмента). - Библиогр.: с. 207-210. - ISBN 978-5-288-05164-7 (1 экз.)

5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины Электронные ссылки для поиска основной и дополнительной литературы:

1. Электронная библиотечная система «ЭБ БашГУ» - <https://elib.bashedu.ru/>
2. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» - <https://biblioclub.ru/>
3. Электронная библиотечная система издательства «Лань» - <https://e.lanbook.com/>
4. Электронный каталог Библиотеки БашГУ - <http://www.bashlib.ru/catalogi/>

Профессиональные базы данных

1. Универсальная Базы данных EastView (доступ к электронным научным журналам) - <https://dlib.eastview.com/browse>
2. Научная электронная библиотека - elibrary.ru (доступ к электронным научным журналам) - https://elibrary.ru/projects/subscription/rus_titles_open.asp
3. Электронная библиотека диссертаций РГБ (рекомендуется включать в РПД по программам магистратуры и аспирантуры) - <http://diss.rsl.ru/>
4. Зарубежные научные БД – перечень и наличие доступа уточнять в разделе Зарубежные научные ресурсы по ссылке <http://www.bashedu.ru/biblioteka>

Информационно-справочные системы

1. справочная правовая система «КонсультантПлюс» - <http://www.consultant.ru/>
2. SCOPUS - <https://www.scopus.com>
наличие доступа уточнять в разделе Зарубежные научные ресурсы по ссылке <http://www.bashedu.ru/biblioteka>
3. Web of Science - <http://apps.webofknowledge.com>
наличие доступа уточнять в разделе Зарубежные научные ресурсы по ссылке <http://www.bashedu.ru/biblioteka>

6.2. Материально-техническое и информационное обеспечение представлено на сайте <http://www.sibsu.ru/sveden/education>.

Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

<i>Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий</i>	<i>Вид занятий</i>	<i>Наименование оборудования, программного обеспечения</i>
1	2	3
Аудитория	аудитория для проведения занятий лекционного	Компьютер, мультимедийный проектор, экран, доска и т.д.
Аудитория	аудитория для проведения занятий семинарского типа, практических занятий, выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Компьютеры, имеющие информационно-вычислительные аналитические системы, которые включают в себя базы данных, методы обработки информации