

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Горно-Алтайский государственный университет»
(ФГБОУ ВО ГАГУ, ГАГУ, Горно-Алтайский государственный университет)

Имиджелогия

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	кафедра экономики, туризма и прикладной информатики
Учебный план	45.03.01_2025_415-ОЗФ.plx 45.03.01 Филология Прикладная филология (менеджмент образовательных проектов)
Квалификация	бакалавр
Форма обучения	очно-заочная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ

Часов по учебному плану	108	Виды контроля в семестрах:
в том числе:		зачеты 6
аудиторные занятия	12	
самостоятельная работа	86,8	
часов на контроль	8,85	

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	6 (3.2)		Итого	
	16 2/6			
Неделя				
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	4	4	4	4
Практические	8	8	8	8
Консультации (для студента)	0,2	0,2	0,2	0,2
Контроль самостоятельной работы при проведении аттестации	0,15	0,15	0,15	0,15
Итого ауд.	12	12	12	12
Контактная работа	12,35	12,35	12,35	12,35
Сам. работа	86,8	86,8	86,8	86,8
Часы на контроль	8,85	8,85	8,85	8,85
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

к.э.н., и.о. зав. кафедрой, Газукина Юлия Геннадьевна

Рабочая программа дисциплины

Имиджелогия

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 45.03.01 Филология (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 986)

составлена на основании учебного плана:

45.03.01 Филология

утвержденного учёным советом вуза от 30.01.2025 протокол № 2.

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры

кафедра экономики, туризма и прикладной информатики

Протокол от 10.04.2025 протокол № 9

Зав. кафедрой Газукина Юлия Геннадьевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры **кафедра экономики, туризма и прикладной информатики**

Протокол от _____ 2026 г. № ____
Зав. кафедрой Газукина Юлия Геннадьевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2027-2028 учебном году на заседании кафедры **кафедра экономики, туризма и прикладной информатики**

Протокол от _____ 2027 г. № ____
Зав. кафедрой Газукина Юлия Геннадьевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2028-2029 учебном году на заседании кафедры **кафедра экономики, туризма и прикладной информатики**

Протокол от _____ 2028 г. № ____
Зав. кафедрой Газукина Юлия Геннадьевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2029-2030 учебном году на заседании кафедры **кафедра экономики, туризма и прикладной информатики**

Протокол от _____ 2029 г. № ____
Зав. кафедрой Газукина Юлия Геннадьевна

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	<i>Цели:</i> формирование целостного представления о назначении, формах, методах, технологиях создания имиджа, об особенностях и закономерностях построения имиджа в условиях деловой коммуникации
1.2	<i>Задачи:</i> - дать представление об основных теоретических подходах к проблеме имиджа, принципах формирования имиджа, роли имиджа в современной жизни, - охарактеризовать основные направления имиджирования в различных сферах жизни, - ознакомить с технологиями конструирования имиджа, - научить анализировать имидж в различных контекстах, - раскрыть роль и значение деятельности имиджмейкера, показать перспективы развития имиджелогии

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП	
Цикл (раздел) ООП:	Б1.О.16
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Социология массовых коммуникаций
2.1.2	Менеджмент
2.1.3	Психология делового общения
2.1.4	Введение в теорию коммуникации
2.1.5	Деловой этикет
2.1.6	Маркетинг
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Бизнес-ориентирование и командное взаимодействие
2.2.2	Реклама и PR технологии
2.2.3	Основы взаимодействия со СМИ
2.2.4	Медиапланирование и управление контентом

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
УК-10: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	
ИД-2.УК-10: Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски.	
Уметь проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска, брать на себя всю полноту ответственности.	
ПК-2: Способен осуществлять связи с общественностью, используя различные формы и средства коммуникации.	
ИД-1.ПК-2: Знает основы управления проектами в бизнес-коммуникациях.	
Знать: особенности взаимодействия в коллективе, осуществляющем предпроектные исследования.	
ИД-2.ПК-2: Умеет планировать цикл создания контента от появления идеи до его продвижения в СМИ.	
Уметь определять профиль аудитории, личности, организации, разрабатывать тактику формирования имиджа организации, личности, товара	
ИД-3.ПК-2: Владеет навыками управления информационными проектами.	
Владеет навыками эффективного целеполагания; приемами саморегуляции, регуляции поведения в сложных, стрессовых ситуациях	
ИД-4.ПК-2: Способен осуществлять коммуникацию с различными участниками деловых отношений, соблюдая нормы этикета.	
Владеет навыками осуществления коммуникаций с различными участниками деловых отношений, учитывая профиль аудитории, личности, организации	

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)							
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте пакт.	Примечание
	Раздел 1. Тема 1. Имиджелогия: сущность и специфика учебного предмета.						
1.1	Тема 1. Имиджелогия: сущность и специфика учебного предмета. Истоки имиджелогии. Предмет и задачи имиджелогии. Области изучения имиджа. Соотношение понятий «имидж», «образ», «представление», «мнение», «репутация». Структура имиджа: «постоянные» и «переменные» компоненты. Понятие «привыкаемости» к имиджу, его устойчивости, запоминаемости. Особенности человеческой психики: психологические механизмы восприятия, проекции, сублимации, вытеснения при формировании образа в сознании индивидов. Персонификация и идентификация как важная характеристика при создании образа. /Лек/	6	1	ИД-1.ПК-2 ИД-2.ПК-2 ИД-3.ПК-2 ИД-4.ПК-2 ИД-2.УК-10	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	
1.2	Тема 1. Имиджелогия: сущность и специфика учебного предмета. План занятия: 1. Дискуссия по вопросам 2. Выполнение практических заданий /Пр/	6	2	ИД-1.ПК-2 ИД-2.ПК-2 ИД-3.ПК-2 ИД-4.ПК-2 ИД-2.УК-10	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	Вопросы для дискуссии на семинарах, задания для практических занятий.
1.3	Тема 1. Имиджелогия: сущность и специфика учебного предмета: 1. Подготовка к текущей аттестации (тестирование) 2. Подготовка к выполнению практических заданий 3. Подготовка к дискуссии на семинаре по вопросам, изучая основную и дополнительную литературу. 4. Подготовка к промежуточной аттестации по вопросам к зачету.	6	20	ИД-1.ПК-2 ИД-2.ПК-2 ИД-3.ПК-2 ИД-4.ПК-2 ИД-2.УК-10	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	Вопросы к зачету, контрольные тесты, вопросы к дискуссии на семинарах, задания к практическим занятиям, тематика докладов
	Раздел 2. Тема 2. Имиджмейкер и его функции						

2.1	Тема 2. Имиджмейкер и его функции. Этические проблемы деятельности имиджмейкера по формированию имиджа клиента. Содержание профессиональной деятельности имиджмейкера как специалиста в сфере прикладной имиджелогии. Роль и функции имиджмейкера в работе с личностью. Характеристика этапов формирования имиджа: изучение объекта, оценка аудитории, коррекция характеристик объекта, символизация, позиционирование, презентация имиджа. Выявление имиджевых качеств объекта. Обеспечение постоянства имиджа. Использование методов активного социально-психологического обучения в формировании имиджа. /Лек/	6	1	ИД-1.ПК-2 ИД-2.ПК-2 ИД-3.ПК-2 ИД-4.ПК-2 ИД-2.УК-10	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	
2.2	Тема 2. Имиджмейкер и его функции План занятия: 1. Дискуссия по вопросам 2. Выполнение практических заданий /Пр/	6	2	ИД-1.ПК-2 ИД-2.ПК-2 ИД-3.ПК-2 ИД-4.ПК-2 ИД-2.УК-10	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	Вопросы для дискуссии на семинарах, задания для практических занятий.
2.3	Тема 2. Имиджмейкер и его функции: 1. Подготовка к текущей аттестации (тестирование) 2. Подготовка к выполнению практических заданий 3. Подготовка к дискуссии на семинаре по вопросам, изучая основную и дополнительную литературу. 4. Подготовка к промежуточной аттестации по вопросам к зачету. 5. Подготовка доклада /Ср/	6	20	ИД-1.ПК-2 ИД-2.ПК-2 ИД-3.ПК-2 ИД-4.ПК-2 ИД-2.УК-10	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	Вопросы к зачету, контрольные тесты, вопросы к дискуссии на семинарах, задания к практическим занятиям, тематика
	Раздел 3. Тема 3. Управление имиджем						

3.1	Тема 3. Управление имиджем. Типы имиджей. Законы создания имиджей. Управление имиджем Аналитика и феноменология имиджа. Границы и типология имиджа Природные задатки к имиджу. Эстетическая составляющая имиджа. Имидж как искусство. Культурные основания имиджмейкинга. Диалектика имиджа. Значение аудитории в формировании имиджа. Структура имиджа. Имидж как форма самовыражения. Имидж и стиль. Закономерности формирования и функционирования имиджа. Потребности как психологические предпосылки возникновения индустрии имиджа. Коммуникационная модель формирования имиджа. Каналы передачи информации. Тройственное понимание субъекта имиджа: субъект воспринимающий (аудитория), субъект транслирующий (прообраз) и субъект формирующий (имиджмейкер). Имидж как текст. Математические законы создания имиджа: Закон сложения. Закон вычитания. Закон деления. Закон умножения. Закон распространения имиджа. Закон контекстной подачи имиджа. Механизм управления имиджем. Факторы процесса управления имиджем. Объекты и методы создания имиджа. Имидж-стратегия. Тактики построения имиджа. Виды имиджирующей информации. Влияние подсознательной информации на возникновение имиджа. Прямая и косвенная информация о человеке. Принципы технологии формирования имиджа. Критерии выбора модели поведения. Роль как корректирующий фактор поведения. Социумы общения. Модели поведения в официальном и неофициальном общении. /Лек/	6	1	ИД-1.ПК-2 ИД-2.ПК-2 ИД-3.ПК-2 ИД-4.ПК-2 ИД-2.УК-10	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	
3.2	Тема 3. Управление имиджем План занятия: 1. Дискуссия по вопросам 2. Просмотр фильма и дискуссия /Пр/	6	2	ИД-1.ПК-2 ИД-2.ПК-2 ИД-3.ПК-2 ИД-4.ПК-2 ИД-2.УК-10	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	Вопросы для дискуссии на семинарах.
3.3	Тема 3. Управление имиджем: 1. Подготовка к текущей аттестации (тестирование) 2. Подготовка к дискуссии на семинаре по вопросам, изучая основную и дополнительную литературу. 3. Подготовка к промежуточной аттестации по вопросам к зачету. 4. Подготовка доклада /Ср/	6	20	ИД-1.ПК-2 ИД-2.ПК-2 ИД-3.ПК-2 ИД-4.ПК-2 ИД-2.УК-10	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	Вопросы к зачету, контрольные тесты, вопросы к дискуссии на семинарах, тематика докладов
	Раздел 4. Тема 4. Структура и типология имиджа.						

4.1	<p>Тема 4. Структура и типология имиджа. Визуальная и аудиальная составляющие имиджа. Визуальный образ: сущность, принципы формирования позитивного визуального образа специалиста. Культура внешности, этикет. Стиль. Невербальные средства общения: поза, мимика, жесты, кинесика. Аудиальный образ: сущность, принципы формирования позитивного аудиального образа. Ольфакторная и кинестетические составляющие имиджа. Средовой имидж. Интерьер жилища, офиса как фактор культуры и имиджа его владельца. Принципы проектирования современного интерьера. Условия сложения целостного интерьера. Гармонизация целого. Стиль. Тема. Роль материала в образной характеристике интерьера. Зависимость дизайна от стиля, стиль и архитектурный интерьер помещений. Прикладная и возрастная цветопсихология в интерьере. Теория «времен года» в цветовом оформлении интерьера. Дополнительные эффекты: свет, пространство комнаты, цветовые нюансы, искусство комбинирования. Влияние интерьера на психическое и соматическое здоровье человека. Габитарный имидж. Понятие о габитарном имидже. Имидж, мода и стиль – разграничение понятий. Психология выбора модной одежды. Психологическое значение модного костюма. Формирование индивидуального стиля одежды. Одежда как важнейшая информационная составляющая имиджа. Уровни функционирования имиджа. Сознательный и бессознательные уровни функционирования имиджа. Ключевые имиджевые характеристики объекта. Проблема объекта и субъекта имиджа. Личность как реципиент имиджа. Малая, средняя и большая социальные группы как аудитория имиджа. Массовая аудитория имиджа. Виды объектов имиджа: личность, организация, группа, товар (торговая марка). Виды имиджа. Имидж личности. Принципы и технологии создания профессионального и индивидуально имиджей человека. Формы и методы создания имиджа персоны. Структура личности: внешние данные, психологические характеристики, биографические и социодемографические особенности. Составляющие имиджа личности: персональные качества, социальные характеристики, система идеологических взглядов, убеждений, представления личности о самой себе (я - концепция). Факторы создания положительной «я-концепции».</p>	6	1	ИД-1.ПК-2 ИД-2.ПК-2 ИД-3.ПК-2 ИД-4.ПК-2 ИД-2.УК-10	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	
-----	--	---	---	--	-----------------------	---	--

	<p>Когнитивная, оценочная, поведенческая составляющие "я - концепции". Функции «я-концепции». Индекс самоуважения. Социальная детерминация поведения. Понятие «самопрезентация». Различные подходы к определению объема понятия «самопрезентация». Концепция «социальной драматургии Э Гофмана. Шкала самомониторинга М. Снайдера. Психологические механизмы «самопрезентации»: фасцинация, аттракция. Деловой (профессиональный) имидж Атрибуты и факторы делового имиджа. Резюме. Структура и принципы составления. Концептуальное обоснование делового имиджа. Резюме. Подготовка к созданию резюме. Основные принципы составления удачного резюме. Структура резюме. Ошибки при составлении резюме. Образцы составления резюме. Анализ готовых резюме. Отработка навыков создания собственного резюме. Сопроводительное письмо: структура и принципы составления. Удачное собеседование – начало успешной карьеры Собеседование как вид деловой беседы. Подготовка к собеседованию. Собеседование и профессиональный имидж. Проблемы, возникающие при прохождении собеседования. Наиболее удачная стратегия при прохождении собеседования. Вопросы на собеседовании правила ответов на них. Психологические приемы снятия излишнего напряжения во время беседы с работодателем. Правила, помогающие убедить собеседника. Деловой этикет Деловой этикет, его основные принципы. Виды вежливости: корректность, деликатность, учтивость, тактичность, пунктуальность. Правила приветствия, представления, знакомства. Обращение. Визитная карточка: ее основная функция и правила использования. Подарки, цветы, сувениры, их роль в деловых контактах. Гастрономический этикет и его роль в деловом общении. Шесть заповедей делового этикета. Этика деловых отношений. Этический свод законов компании в профессиональной сфере. Этические основы деловой тактики. /Лек/</p>						
4.2	<p>Тема 4. Структура и типология имиджа План занятия: 1. Дискуссия по вопросам 2. Выполнение практических заданий /Пр/</p>	6	2	<p>ИД-1.ПК-2 ИД-2.ПК-2 ИД-3.ПК-2 ИД-4.ПК-2 ИД-2.УК-10</p>	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	<p>Вопросы для дискуссии на семинарах, задания для практических занятий.</p>

4.3	Тема 4. Структура и типология имиджа: 1. Подготовка к текущей аттестации (тестирование) 2. Подготовка к выполнению практических заданий 3. Подготовка к дискуссии на семинаре по вопросам, изучая основную и дополнительную литературу. 4. Подготовка к промежуточной аттестации по вопросам к зачету. 5. Подготовка доклада /Ср/	6	26,8	ИД-1.ПК-2 ИД-2.ПК-2 ИД-3.ПК-2 ИД-4.ПК-2 ИД-2.УК-10	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	Вопросы к зачету, контрольные тесты, вопросы к дискуссии на семинарах, задания к практическим занятиям, тематика докладов
Раздел 5. Промежуточная аттестация (зачёт)							
5.1	Подготовка к зачёту /Зачёт/	6	8,85	ИД-1.ПК-2 ИД-2.ПК-2 ИД-3.ПК-2 ИД-4.ПК-2 ИД-2.УК-10	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	
5.2	Контактная работа /КСРАтт/	6	0,15	ИД-1.ПК-2 ИД-2.ПК-2 ИД-3.ПК-2 ИД-4.ПК-2 ИД-2.УК-10	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	
Раздел 6. Консультации							
6.1	Консультация по дисциплине /Конс/	6	0,2	ИД-1.ПК-2 ИД-2.ПК-2 ИД-3.ПК-2 ИД-4.ПК-2 ИД-2.УК-10	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Пояснительная записка

1. Назначение фонда оценочных средств. Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «Имиджелогия».

2. Фонд оценочных средств включает контрольные материалы для проведения текущего контроля в форме тестовых заданий, заданий для практических занятий и промежуточной аттестации в форме вопросов к зачету.

3. Оценка по курсу выставляется в 2-х балльной шкале:
– «зачтено» – если студент набрал 61-90 баллов, пороговый уровень сформированности компетенций, 91-100 – повышенный уровень сформированности компетенций;
– «не зачтено» – если студент набрал менее 61 баллов, компетенции не сформированы.

Если студент не набрал 61 и более баллов по результатам изучения дисциплины, он сдает зачет в форме собеседования по вопросам

5.2. Оценочные средства для текущего контроля

Контрольные тесты:

Наименование вопроса: 1 (УК-10)

Формулировка вопроса: Верно ли утверждение, что корпоративная миссия – это социально значимая роль организации?

Ключ: верно.

Наименование вопроса: 2 (УК-10)

Формулировка вопроса: Помещение объекта в благоприятную для него информационную среду – это:

Ключ: позиционирование.

Наименование вопроса: 3 (УК-10)

Формулировка вопроса: Технология разумного образа жизни:

Варианты ответов: а) имиджелогия; б) проксемика; в) ортобиоз; г) риторика.

Ключ: в) ортобиоз.

Наименование вопроса: 4 (УК-10)

Формулировка вопроса: Соотнесите типы имиджа организации с определениями.

Имидж

Определение

1. Внешний имидж

А) образ организации, который видят клиенты, партнёры, СМИ и общественность. Он зависит от публичных активностей, коммуникаций и позиционирования в информационном поле.

2. Внутренний имидж.

Б) Образ компании в глазах сотрудников. Зависит от корпоративной культуры, условий работы, отношения руководства к персоналу.

3. Деловой имидж. В) Образ компании для инвесторов, конкурентов и B2B-партнёров. Он показывает профессиональный уровень организации, стратегические приоритеты и роль в отрасли.
4. Потребительский имидж. Г) Образ компании в глазах клиентов. Он определяет, насколько компания кажется надёжной, а её продукция — премиальной или ориентированной на определённые ценности.
5. Социальный имидж. Д) Образ, который компания формирует через отношение к обществу, его проблемам и социальным вопросам. Он зависит от того, участвует ли организация в благотворительных проектах, поддерживает ли общественные инициативы.
6. Экологический имидж. Е). Образ компании в сфере охраны экологии и устойчивого развития. Он зависит от инициатив организации в области защиты окружающей среды и повышения качества жизни людей.
7. Цифровой имидж. Ж) Образ компании в интернете. Его определяют контент на официальном сайте, активность бренда в соцсетях, отзывы об организации и позиции материалов о ней в поисковой выдаче.
8. Множественный имидж 3) Имидж, который образуется при наличии ряда независимых структур вместо единой корпорации.
9. Корпоративный имидж И) Облик компании в глазах различных групп людей, таких как клиенты, инвесторы и сотрудники. Это те ассоциации и впечатления, которые возникают у людей при упоминании определённого бренда.

Наименование вопроса: 1 (ПК-2)

Формулировка вопроса: Соотнесите типы имиджа индивида с определениями.

Имидж

Определение

1. вербальный

А) мнение о Вас на основе восприятия и контент-анализа Вашей речи

2. овеществленный

Б) мнение о Вас на основе оценки продуктов Вашей деятельности

3. габитарный

В) мнение на основе восприятия Вашего внешнего вида (одежды, макияжа, причёски, украшений).

4. кинетический

Г) мнение на основе восприятия Ваших движений, позы, мимики, различных вольных и невольных жестов

Невольных жестов

Наименование вопроса: 2 (ПК-2)

Формулировка вопроса: Социальная группа, для которой создается имидж, - это _____ имиджа.

Ключ: реципиент.

Наименование вопроса: 3 (ПК-2)

Формулировка вопроса: Пресс-релиз – это:

Варианты ответов: а) информация текущего, событийного характера; б) статья с целью развлечения; в) сообщение, содержащее важную новость для широкой аудитории; г) статья, подписанная должностным лицом конкретной фирмы.

Ключ: сообщение, содержащее важную новость для широкой аудитории.

Наименование вопроса: 4 (ПК-2)

Формулировка вопроса: Верно ли утверждение, что имиджирование – это создание репутации фирмы?

Ключ: неверно.

Каждый вопрос оценивается в один балл.

Вопросы для дискуссии на семинарах

Тема 1. Имиджелогия: сущность и специфика учебного предмета

- 1) Что такое имиджелогия?
- 2) Какова взаимосвязь имиджелогии с другими науками?
- 3) Каковы особенности имиджелогии как практической деятельности?
- 4) Какую роль играет имиджелогия в современном массовом обществе?
- 4) Какую роль играет имиджелогия в современном массовом обществе?

Тема 2. Имиджмейкер и его функции

- 1) Какие этические проблемы возникают в деятельности имиджмейкера по формированию имиджа клиента?
- 2) Какова роль и функции имиджмейкера в работе с личностью?
- 3) Охарактеризуйте этапы формирования имиджа: изучение объекта, оценка аудитории, коррекция характеристик объекта, символизация, позиционирование, презентация имиджа.
- 4) В чем заключается выявление имиджевых качеств объекта? Обеспечение постоянства имиджа?
- 5) Каким образом используются методы активного социально-психологического обучения в формировании имиджа

Тема 3. Управление имиджем

1. Дискуссия по вопросам:

- 1) Назовите содержание законов создания имиджей?
- 2) Каким образом осуществляется управление имиджем?
- 3) Что означает аналитика и феноменология имиджа?
- 4) Как можно определить границы и типологии имиджа?
- 5) Выделите природные задатки к имиджу.
- 6) В чем заключается эстетическая составляющая имиджа?
- 7) Охарактеризуйте имидж как искусство, культурные основания имиджмейкинга.
- 8) Определите значение аудитории в формировании имиджа.
- 9) Является ли имидж формой самовыражения? Как взаимосвязаны имидж и стиль?
2. Просмотр и анализ фильма «Хвост виляет собакой». Дискуссия по выявлению основных имиджевых инструментов

Тема 4. Структура и типология имиджа.

- 1) Опишите структуру имиджа.
- 2) В чем разница между визуальной и аудиальной составляющей имиджа?
- 3) Опишите особенности визуального образа: сущность, принципы формирования позитивного визуального образа специалиста. В чем выражается культура внешности, этикет, стиль?
- 4) Как невербальные средства общения: поза, мимика, жесты, кинесика влияют на стиль?
- 5) Опишите особенности аудиального образа: сущность, принципы формирования позитивного аудиального образа.
- 6) Опишите ольфакторную и кинестетические составляющие имиджа.
- 7) В чем заключается средовой имидж? Интерьер жилища, офиса как фактор культуры и имиджа его владельца.
- 8) Что собой представляют уровни функционирования имиджа: сознательный и бессознательный уровни функционирования имиджа?
- 9) Охарактеризуйте ключевые имиджевые характеристики объекта. Сформулируйте проблему объекта и субъекта имиджа.
- 10) Охарактеризуйте личность как реципиент имиджа.
- 11) Опишите особенности малой, средней и большой социальных групп как аудитории имиджа. Массовая аудитория имиджа.
- 12) Различия между видами объектов имиджа: личность, организация, группа, товар (торговая марка).
- 13) Назовите принципы и технологии создания профессионального и индивидуально имиджей человека. Формы и методы создания имиджа персоны. Структура личности: внешние данные, психологические характеристики, биографические и социодемографические особенности.
14. Охарактеризуйте составляющие имиджа личности: персональные качества, социальные характеристики, система идеологических взглядов, убеждений, представления личности о самой себе (я - концепция). Факторы создания положительной «я-концепции». Когнитивная, оценочная, поведенческая составляющие «я - концепции». Функции «я - концепции». Индекс самоуважения.
- 15) назовите правила социальной детерминации поведения. Понятие «самопрезентация». Различные подходы к определению объема понятия «самопрезентация».
- 16) Суть концепции «социальной драматургии» Э. Гофмана. Шкала самомониторинга М. Снайдера. Психологические механизмы «самопрезентации»: фасцинация, аттракция.
- 17) Опишите составляющие делового (профессионального) имиджа
- 18) Структура имиджа компании.
- 19) Опишите особенности формирования корпоративного имиджа. Символьный язык визуальных элементов, представляющих компанию. Целостность имиджа компании.
- 20) Опишите корпоративную культуру как совокупность разделяемых членами корпорации норм, ценностей компании. Охарактеризуйте функции и основные элементы корпоративной культуры.
- 21) Различия между материальными и моральными факторами, способствующими росту имиджа. Уровни сотрудничества в коллективе, вопросы дисциплины. Корпоративная гордость
- 22) Опишите особенности персонального имиджа. Психологические и визуальные основы формирования персонального имиджа.
- 23) Охарактеризуйте подходы к созданию имиджа товара. Психологическое исследование потребительской аудитории. Анализ потребностей человека и мотивов потребителей.

Критерии оценки:

Критерии Оценка (баллы по МРС), уровень

Полный ответ, иллюстрированный примерами, при подготовке ответа использованы разнообразные источники информации, студент выразил собственное мнение относительно проблемы 2 балла, повышенный уровень

В ответе имеются логические ошибки, ответ проиллюстрирован примерами 1 балл, пороговый уровень

В ответе освещены только теоретические аспекты вопроса, при подготовке использовался только один источник информации 0,5 баллов, пороговый уровень

В ответе освещены только теоретические аспекты вопроса, имеются существенные логические ошибки, при подготовке использовался только один источник информации 0 баллов, уровень не сформирован

Задания для практических занятий:

Тема 1. Имиджелогия: сущность и специфика учебного предмета

1. Составьте таблицу общих и отличительных черт имиджа и репутации, сопроводив каждое из положений таблицы примерами.

Тема 2. Имиджмейкер и его функции

1. Разработайте имидж-модель профессионального менеджера в сфере рекламы (или другой сферы на выбор) с учетом технологий имиджмейкинга. Продемонстрируйте данную имидж-модель.

2. Оцените имидж ГАГУ. Конкретизируйте оценку и предложите корректирующие действия по реимиджированию.

Тема 4. Структура и типология имиджа.

РАЗРАБОТКА ИМИДЖА КОМПАНИИ

Учитывая приведенные характеристики корпоративного имиджа, попробуйте разработать концепцию имиджа:

1) рекламного агентства;

2) туристской компании.

Основные характеристики корпоративного имиджа:

1. Имидж должен опираться на маркетинговые характеристики компании: ее торговую марку, логотип и прочее.

2. «Образ корпорации» должен быть правдоподобным, достоверным, чтобы целевые аудитории могли доверять имиджу компании. Стратегия информационной открытости является одним из ключевых элементов развития имиджа компании.
3. Образ должен быть ярким и конкретным. Он лучше срабатывает, если апеллирует к чувствам, быстро воспринимается, когда сосредоточивается на определенных чертах и ярко высвечивает один или несколько характерных признаков корпорации.
4. Образ корпорации должен быть простым, чтобы отвечать архетипическим ожиданиям сознания целевых групп. Наиболее эффективен имидж простой и быстро запоминающийся.

Вопросы и задания:

1. Проанализируйте приведенные факторы эффективного корпоративного имиджа.
2. Почему эти факторы влияют на имидж компании?
3. Что еще формирует образ компании в глазах клиентов и партнеров помимо указанных выше пунктов?
4. Разработайте варианты имиджа, целесообразные с точки зрения следующих подразделений организации: производственного, маркетингового, финансового отделов и отдела по связям с общественностью. Определите, какой суммарный имидж организации сложился бы при реализации предложенных вами вариантов.
5. Подготовьте презентацию имиджа успешного работника организации на основе прямой и косвенной имиджформирующей информации.
6. Сформулируйте требования, которые должны соблюдать сотрудник и руководитель организации, чтобы его воспринимаемый имидж был успешным.
7. Подготовьте презентацию имиджа неудачливого сотрудника организации на основе прямой и косвенной имиджформирующей информации.
8. Сформулируйте угрозы положительному корпоративному имиджу данной фирмы.
9. Составьте план взаимодействия со СМИ по формированию внешнего позитивного имиджа данной организации.
10. Подготовьте и проведите самопрезентацию для будущего трудоустройства в организацию

Критерии оценки практических заданий:

0 баллов – задание не выполнено, уровень не сформирован

1 балл – задание выполнено, не правильно применен способ или метод при выполнении задания, пороговый уровень;

2 балла – задание выполнено, имеются логические ошибки, пороговый уровень;

3 балла – задание выполнено, имеются незначительные ошибки в выполнении задания, повышенный уровень;

4 балла – задание выполнено верно, показаны знания из других дисциплин, повышенный уровень.

5.3. Темы письменных работ (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

Тематика докладов:

1. Понятие, сущность и этапы имиджирования.
2. Аудитория имиджа.
3. Роль фейсбилдинга в процессе формирования гендерного имиджа.
4. Понятие, сущность и структура индивидуального имиджа.
5. Технология формирования индивидуального имиджа.
6. Интерьер офиса и его значение в формировании имиджа организации.
7. Имидж России.
8. Фирменный стиль и имидж компании.
9. Персональный имидж.
10. Реклама и ее влияние на имидж фирмы.
11. Управление имиджем организации.
12. Логотип и имидж фирмы.
13. Понятие, сущность и функции имиджмейкинга.
14. Корпоративная философия и её влияние на имидж организации.
15. Корпоративная культура.
16. Прием как средство формирования внешнего имиджа фирмы.
17. Общие правила отношений со СМИ.
18. Имидж менеджера в сфере рекламы.
19. Понятие, сущность и особенности группового имиджа.
20. Механизм формирования имиджа
21. Роль средств массовой информации и лидеров мнения в формировании имиджа.
22. Коммуникативные стратегии продвижения имиджа.
23. Перфоманс как элемент имиджирования.

Критерии оценки доклада

Знание и понимание теоретического материала. (определяет рассматриваемые понятия четко и полно, приводя соответствующие примеры; используемые понятия строго соответствуют теме; самостоятельность выполнения работы) до 0,5 баллов

Анализ и оценка информации (грамотно применяет категории анализа; умело использует приемы сравнения и обобщения для анализа взаимосвязи понятий и явлений; способен объяснить альтернативные взгляды на рассматриваемую проблему и прийти к сбалансированному заключению; диапазон используемого информационного пространства (студент использует большое количество различных источников информации); обоснованно

интерпретирует текстовую информацию с помощью графиков и диаграмм; дает личную оценку проблеме) до 0,5 баллов
 Построение суждений (ясность и четкость изложения; логика структурирования доказательств; выдвинутые тезисы сопровождаются грамотной аргументацией; приводятся различные точки зрения и их личная оценка, общая форма изложения полученных результатов и их интерпретации соответствует жанру проблемной научной статьи) до 1 балла
 Оформление работы (работа отвечает основным требованиям к оформлению и использованию цитат; соблюдение лексических, фразеологических, грамматических и стилистических норм русского литературного языка; оформление текста с полным соблюдением правил русской орфографии и пунктуации; соответствие формальным требованиям) до 0,5 баллов

5.4. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Перечень вопросов к зачету

1. Имиджеология как наука. Предмет и задачи имиджеологии.
2. Имиджмейкер и его функции. Имиджмейкинг как часть имиджеологии.
3. Современные подходы к понятию «имидж».
4. Психология превращения имиджа в мнение.
5. Прямая и косвенная имиджеформирующая информация.
6. Сознательная и подсознательная информация. Их роль в формировании имиджа.
7. Инструментарий имиджеологии. Позиционирование, мифологизация, эмоционализация.
8. Инструментарий имиджеологии. Манипулирование, вербализация, формат, детализация.
9. Структура имиджа. Критерии устойчивости имиджа.
10. Основы формирования персонального имиджа
11. Структура и функции делового имиджа.
12. Структура и функции «Я-концепции» в трактовке В. М. Шепеля.
13. Габитарный имидж. Имидж, мода и стиль – соотношение понятий.
14. Габитарный имидж. Философия деловой моды, dresscod.
15. Проблема объектов и субъектов имиджа.
16. Лидер и руководитель.
17. Средовой имидж. Понятие об эргономике.
18. Резюме. Структура и принципы составления.
19. Собеседование. Подготовка и стратегии поведения.
20. Визитная карточка. Функции и правила использования.
21. Внутренний имидж организации. Понятие о корпоративной культуре
22. Понятие о корпоративном имидже. Концептуальные модели корпоративного имиджа.
23. Роль корпоративной философии в формировании имиджа. Формы декларирования корпоративной философии.
24. Основы технологии формирования внешнего имиджа организации.
25. Корпоративное имиджирование и бренд-менеджмент
26. Понятие цветопп. Влияние цветотипа на выбор одежды.
27. Костюм деловой женщины. Цвета и аксессуары.
28. Костюм делового мужчины. Аксессуары.
29. Роль цвета в создании габитарного имиджа. Правила гармоничного сочетания цветов.
30. Структура имиджа: «постоянные» и «переменные» компоненты.
31. Аналитика и феноменология имиджа.
32. Математические законы создания имиджа
33. Уровни функционирования имиджа.
34. Понятие самопрезентации. Подходы к определению понятия.
35. Стратеги и тактика построения имиджа.
36. Имидж лидера. Современные подходы к определению лидерства.
37. Потребительская аудитория. Методы оценки имиджа товара.
38. Теоретические подходы к разработке имиджа товара.

Критерии оценки:

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если он дал полные, развернутые ответы на поставленные вопросы, ответы проиллюстрированы примерами или если в ответе имеются логические ошибки или студент не может проиллюстрировать ответ примерами;

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
ЛП.1	Ушакова Н. В., Стрижова А. Ф.	Имиджеология: учебное пособие для бакалавров	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017	https://www.iprbookshop.ru/57073.html

6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Ковальчук А.С.	Основы имиджологии и делового общения: учебное пособие	Ростов-на-Дону: Феникс, 2004	
Л2.2	Лысикова О.В., Лысикова Н.П.	Имиджология и паблик рилейшнз в социокультурной сфере: Учебное пособие	Москва: "Флинта", 2006	
Л2.3	Гонохова Т.А.	Имиджология: учебно-методическое пособие	Горно-Алтайск: РИО ГАГУ, 2011	http://elib.gasu.ru/index.php?option=com_abook&view=book&id=572:imidzhelogy&catid=19:pedagogy&Itemid=175

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	Adobe Reader
6.3.1.2	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса СТАНДАРТНЫЙ
6.3.1.3	MS Office
6.3.1.4	Яндекс.Браузер
6.3.1.5	LibreOffice
6.3.1.6	Moodle
6.3.1.7	NVDA
6.3.1.8	MS Windows
6.3.1.9	РЕД ОС

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	Электронно-библиотечная система IPRbooks
6.3.2.2	База данных «Электронная библиотека Горно-Алтайского государственного университета»
6.3.2.3	КонсультантПлюс
6.3.2.4	Гарант

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

	кейс-метод	
	дискуссия	
	лекция-визуализация	
	презентация	
	ситуационное задание	

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Номер аудитории	Назначение	Основное оснащение
410 А2	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Рабочее место преподавателя. Посадочные места для обучающихся (по количеству обучающихся), ученическая доска, кафедра, мультимедийный проектор, ноутбук
411 А2	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Рабочее место преподавателя. Посадочные места для обучающихся (по количеству обучающихся), ученическая доска, кафедра

202 А4	Компьютерный класс. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Помещение для самостоятельной работы	Рабочее место преподавателя. Посадочные места обучающихся (по количеству обучающихся). Мультимедиапроектор, экран, компьютеры
--------	---	---

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Методические указания по выполнению самостоятельной работы

Самостоятельная работа призвана способствовать развитию у студентов творческих навыков, инициативы, умению организовать свое время. При выполнении плана самостоятельной работы студенту необходимо изучить теоретический материал, представленный в рекомендуемой литературе, творчески его переработать и представить его для отчета. Работа студента должна быть полной, раскрывающей уровень освоения студентом той или иной темы и грамотно оформленной, показывающей творческий и инициативный подход студента к выполнению задания.

Выполненные задания проверяются преподавателем и оцениваются в баллах.

Виды заданий для самостоятельной работы и их содержание представлены в следующих разделах методических указаний. В плане

предусмотрены следующие виды самостоятельной работы:

- подготовка к семинарским и практическим занятиям. Такая подготовка предусматривает самостоятельное изучение и подготовку ответов на вопросы по теме семинарского и практического занятия, которые представлены в рабочей программе дисциплины;
- подготовка к зачету предусматривает самостоятельную подготовку студента по вопросам, которые представлены в рабочей программе дисциплины;
- подготовка рефератов и докладов по темам, указанным в ФОС Требования к содержанию и оформлению рефератов и докладов содержатся в настоящих методических указаниях.

1 Рекомендации по выполнению плана самостоятельной работы

Самостоятельная работа – это планируемая учебная и научная работа студентов, выполняемая по заданию преподавателя и под его методическим руководством, но без его непосредственного участия. Содержание самостоятельной работы студентов определяется концепцией учебной дисциплины, ее учебно-методическим обеспечением. На первом занятии производится ознакомление студентов с формой занятий по изучаемому курсу, видах самостоятельной работы и о системе их оценки в баллах; осуществляется помощь студентам составить график самостоятельной работы с указанием конкретных сроков представления выполненной работы на проверку преподавателю. Условно самостоятельную работу студентов можно разделить на обязательную и контролируруемую. Обязательная самостоятельная работа обеспечивают подготовку студента к текущим аудиторным занятиям. Результаты этой подготовки проявляются в активности студента на занятиях и качественном уровне сделанных докладов, рефератов, выполненных письменных работ, тестовых заданий и др. форм текущего контроля. Баллы, полученные студентом по результатам аудиторной работы, формируют рейтинговую оценку текущей успеваемости студента по дисциплине.

Контролируемая самостоятельная работа направлена на углубление и закрепление знаний студента, развитие аналитических навыков по проблематике учебной дисциплины. Подведение итогов и оценка результатов таких форм самостоятельной работы осуществляется во время контактных часов с преподавателем. Баллы, полученные по этим видам работы, так же учитываются при итоговой аттестации по курсу.

В ходе выполнения заданий студентом должны быть решены следующие задачи:

- углублённое знакомство с предметом исследования;
- овладение навыками работы с учебной литературой, законодательными и нормативными документами;
- выработка умения анализировать и обобщать теоретический и практический материал, использовать результаты анализа для подведения обоснованных выводов и принятия управленческих решений. Прежде чем приступить к выполнению самостоятельной работы, студент должен ознакомиться с содержанием рабочей программы. Это необходимо для того, чтобы осмыслить суть предлагаемых работ и круг вопросов, которые предстоит освоить, а также определить место и значимость самостоятельных заданий в общей структуре программы курса.

Формы самостоятельной работы:

1. Подготовка к семинарскому занятию по проблемным вопросам, к контрольному тестированию или к опросу.
2. Подготовка докладов.

Планы семинарских занятий, их тематика, рекомендуемая литература, цель и задачи ее изучения сообщаются преподавателем на вводных занятиях и в рабочей программе по данной дисциплине.

Подготовка к семинарскому занятию включает 2 этапа:

- 1й – организационный;
- 2й - закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;
- подбор рекомендованной литературы;
- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретает практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь.

При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

В начале занятия студенты под руководством преподавателя более глубоко осмысливают теоретические положения по теме занятия, раскрывают и объясняют основные положения публичного выступления. В процессе творческого обсуждения и дискуссии вырабатываются умения и навыки использовать приобретенные знания для различного рода ораторской деятельности.

Записи имеют первостепенное значение для самостоятельной работы студентов. Они помогают понять построение изучаемого материала, выделить основные положения, проследить их логику и тем самым проникнуть в творческую лабораторию автора.

Ведение записей способствует превращению чтения в активный процесс, мобилизует, наряду со зрительной, и моторную память. Следует помнить: у студента, систематически ведущего записи, создается свой индивидуальный фонд подсобных материалов для быстрого повторения прочитанного, для мобилизации накопленных знаний. Особенно важны и полезны записи тогда, когда в них находят отражение мысли, возникшие при самостоятельной работе.

Важно развивать у студентов умение сопоставлять источники, продумывать изучаемый материал.

Большое значение имеет совершенствование навыков конспектирования у студентов.

Преподаватель может рекомендовать студентам следующие основные формы записи: план (простой и развернутый), выписки, тезисы.

Результаты конспектирования могут быть представлены в различных формах.

План – это схема прочитанного материала, краткий (или подробный) перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Подробно составленный план вполне заменяет конспект.

Конспект – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов:

- План-конспект – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.
- Текстуальный конспект – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.
- Свободный конспект – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.
- Тематический конспект – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

Ввиду трудоемкости подготовки к семинару преподавателю следует предложить студентам алгоритм действий, рекомендовать еще раз внимательно прочитать записи лекций и уже готовый конспект по теме семинара, тщательно продумать свое устное выступление.

На семинаре каждый его участник должен быть готовым к выступлению по всем поставленным в плане вопросам, проявлять максимальную активность при их рассмотрении. Выступление должно строиться свободно, убедительно и аргументировано. Преподаватель следит, чтобы выступление не сводилось к репродуктивному уровню (простому воспроизведению текста), не допускается и простое чтение конспекта. Необходимо, чтобы выступающий проявлял собственное отношение к тому, о чем он говорит, высказывал свое личное мнение, понимание, обосновывал его и мог сделать правильные выводы из сказанного. При этом студент может обращаться к записям конспекта и лекций, непосредственно к первоисточникам, использовать знание художественной литературы и искусства, факты и наблюдения современной жизни и т. д.

Вокруг такого выступления могут разгореться споры, дискуссии, к участию в которых должен стремиться каждый.

Преподавателю необходимо внимательно и критически слушать, подмечать особенное в суждениях студентов, улавливать недостатки и ошибки, корректировать их знания, и, если нужно, выступить в роли рефери. При этом обратить внимание на то, что еще не было сказано, или поддержать и развить интересную мысль, высказанную выступающим студентом.

В заключение преподаватель, как руководитель семинара, подводит итоги семинара. Он может (выборочно) проверить конспекты студентов и, если потребуется, внести в них исправления и дополнения.

Доклад – письменная работа объемом до 10 печатных страниц, представляющая собой краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников. Доклад должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу. Помимо реферирования прочитанной литературы, от студента требуется аргументированное изложение собственных мыслей по рассматриваемому вопросу. В докладе нужны развернутые аргументы, рассуждения, сравнения. Материал подается не столько в развитии, сколько в форме констатации или описания. Содержание реферлируемого произведения излагается объективно от имени

автора.

Структура доклада:

1. Актуальность проблемы (1-2 абзаца).
2. Уровень разработанности проблемы на теоретическом уровне (2-3 страницы).
3. Анализ существующей практики, выявление нерешенных аспектов проблемы (2-3 страницы).
4. На основе анализа изученной литературы и существующей практики изложить предлагаемые основные направления решения проблемных вопросов (3-4 страницы).