

Департамент образования города Москвы
Государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования города Москвы
«Московский городской педагогический университет»
Институт культуры и искусств

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

К.М.02.ДВ.01.01 Имиджелогия

Направление подготовки
53.04.02 Вокальное искусство

Направленность (профиль) образовательной программы
Академический и эстрадно-джазовый вокал

Москва
2017

1. Наименование дисциплины: К.М.02.ДВ.01.01 Имиджелогия.

2. Цель и задачи освоения дисциплины:

Цель:

- ознакомление магистрантов с теоретическими основами, с основными механизмами и методами формирования имиджа, технологиями самопрезентации;
- формирование навыков и умений их эффективного использования в процессе профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- ознакомление с основными направлениями подходов к проблеме имиджа, функциям, методам и принципам формирования имиджа;
- определение роли имиджа в современном образовании, бизнесе, политике, в повседневной жизни.

3. Место дисциплины в структуре программы:

Дисциплина К.М.02.ДВ.01.01 Имиджелогия входит в структуру комплексного модуля К.М.02 Музыкально-педагогический, является дисциплиной вариативной части образовательной программы, изучается в третьем семестре.

4. Компетенции, необходимые для освоения дисциплины:

Реализация дисциплины К.М.02.ДВ.01.01 Имиджелогия основана на предварительном освоении знаний и умений обучающихся, сформированных в рамках освоения дисциплины Основы сценического мастерства, необходимой для овладения видами профессиональной деятельности и выполнения учебно-профессиональных задач, предусмотренных содержанием образовательной программы.

5. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы:

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить:

Наименование компетенции ФГОС ВО, необходимой для освоения трудовой функции	Планируемые результаты освоения образовательной программы
Общекультурные компетенции	
Аргументированно отстаивать личную позицию в отношении современных процессов в области музыкального искусства и культуры, науки и педагогики, оформлять и представлять результаты выполненной работы (ОК-6)	Знает и понимает: основные закономерности современных процессов в различных областях искусства, культуры, науки и образования
	Умеет: формировать обоснованную и аргументированную позицию по актуальным проблемам профессиональной деятельности
	Владеет (навыками и/или опытом деятельности): способами представления результатов выполненной работы на современном уровне
Общепрофессиональные компетенции	

Самостоятельно осваивать новые методы научного исследования, при необходимости изменять научный и научный производственный профиль своей профессиональной деятельности (ОПК-1)	Знает и понимает: формы и методы научного познания; основы организации и планирования научно-исследовательской деятельности
	Умеет: применять методы научного познания в исследовательской деятельности; использовать ресурсное обеспечение научных исследований
	Владеет (навыками и/или опытом деятельности): методологией научно-исследовательской работы; различными стратегиями научного поиска, навыками обобщения и обработки научных данных; основными методами научного познания

6. Объем дисциплины по видам учебной работы:

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		3
Контактная работа (всего)	14	14
В том числе:		
Лекции	2	2
Практические занятия (ПЗ)	12	12
Семинарские занятия (С)		
Лабораторные работы (ЛР)		
Самостоятельная работа (СР)	58	58
Формы промежуточной аттестации	Зачет	Зачет
Всего:		
Часы	72	72
Зачетные единицы	2	2

7. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

7.1. Разделы дисциплин и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Семинары	СРС	Всего
1	Раздел 1. Понятие имиджологии.	2				7	9
2	Раздел 2. Предмет и задачи имиджологии					3	3
3	Раздел 3. Объект и предмет имиджологии.		2			7	9
4	Раздел 4. Место имиджологии в ряду современных наук.		2			7	9
5	Раздел 5. «Я-концепция». Инструментарий имиджологии.		2			7	9

6	Раздел 6. Формирование имиджа в различных профессиональных средах (педагогической, экономической, политической, юридической и т.д.).		2			7	9
7	Раздел 7. Управление индивидуальным имиджем.		2			8	10
8	Раздел 8. Корпоративный имидж в системе различных коммуникаций. Процесс формирования корпоративного имиджа.		2			8	10
9	Раздел 9. Роль СМИ в формировании имиджа.					4	4

7.2. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1	Понятие имиджелогия	Определение предметной области имиджелогии и формулировка её центрального понятия. Взаимосвязь имиджа и художественного образа. Имидж в структуре коммуникативного пространства. Современные коммуникационные технологии, используемые в создании имиджа. Типы имиджей. Имидж в рекламе, политике, бизнесе, искусстве и других областях человеческой деятельности.
2	Предмет и задачи имиджелогии	Сущность и атрибуты имиджа. Типология имиджа: спонтанный, развиваемый, деформированный, эталонный имиджи.
3	Объект и предмет имиджелогии	Компоненты имиджа: коммуникативный, социальный, мифологический, профессиональный и контекстный компоненты имиджа
4	Место имиджелогии в ряду современных наук.	Коммуникативные компоненты имиджа и их разработка. Этапы и правила управления имиджем. Имидж объективный, субъективный и моделируемый имидж. Ментальный, индивидуальный и профессиональный имиджи.
5	«Я-концепция». Инструментарий имиджелогии.	Проблемы управления массовым сознанием и поведением в работе имиджмейкера. Общественное настроение и социальный стереотип. Психология превращения информации в мнение. Стихийное и целенаправленное формирование имиджа.
6	Формирование имиджа в различных профессиональных средах (педагогической, экономической, политической, юридической и т.д.)	Специфика различных видов имиджа. Технологии формирования имиджа. Проблемы управления массовым сознанием и поведением в работе имиджмейкера. Общественное настроение и социальный стереотип. Психология превращения информации в мнение. Стихийное и целенаправленное формирование имиджа. Приемы создания имиджэффекта (использование фасцинации, аттракции и др.). Роль средств массовой информации в создании эффективного имиджа. Профессиональная этика имиджмейкера и проблемы, связанные с ее нарушением.

7	Управление индивидуальным имиджем	Понятие индивидуального имиджа. Личность как источник имидгообразующей информации. Индивидуальный имидж, направленный на самоощущение (“на себя”). Понятие “личный имидж”. Индивидуальный имидж, направленный на восприятие (“на других”). Понятие “публичный имидж”. Личный и публичный имидж: единство, взаимосвязь, специфика. Множественность индивидуальных имиджей. Технологии самопрезентации и продвижения, их содержание и многообразие форм. Индивидуальный имидж в “посферном” измерении (например, политический). Технологии формирования имиджа. Средовой имидж.
8	Корпоративный имидж в системе различных коммуникаций. Процесс формирования корпоративного имиджа	Специфика построения корпоративного имиджа Основы технологии формирования внешнего и внутреннего имиджа фирмы 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. Кадровая политика предприятия как способ формирования внутреннего имиджа фирмы. Подбор персонала. Система профессиональной адаптации, продвижения и ротации. Повышение уровня профессиональных знаний. Тренинги знаний и навыков. Поддержание благоприятного социально-психологического климата. Организация неформального общения сотрудников. Формы отдыха, обеспечивающие сплочение коллектива.
9	Роль СМИ в формировании имиджа.	Проблема создания имиджа в политике. Символизация политики и образы власти. Предвыборные технологии и проблема манипулирования общественным мнением. Коммуникативный заряд предвыборных обещаний. Типовые алгоритмы формирования политического имиджа. Политик как символ и актер. Имидж лидера на политическом и неполитическом фоне. Выбор модели поведения. Внешность лидера. Власть как «право на речь» (риторика власти). Типы речевого поведения лидеров различного типа (монархического, «харизматического», фашистского и т.д.). Построение образа лидера с помощью кинетических элементов.

7.3. Образовательные технологии

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Образовательные технологии (в том числе интерактивные)
-------	---------------------------------	--

1	Понятие имиджологии.	Дискуссия.
2	Предмет и задачи имиджологии.	«Мозговая атака». Дискуссия.
3	Объект и предмет имиджологии.	Лекция - визуализация. Дискуссия.
4	Место имиджологии в ряду современных наук.	«Мозговая атака». Дискуссия.
5	«Я-концепция». Инструментарий имиджологии.	Решение ситуационных и контекстных задач. Семинар-диспут. «Мозговая атака».
6	Формирование имиджа в различных профессиональных средах (педагогической, экономической, политической, юридической и т.д.).	Дискуссия. Деловая игра
7	Управление индивидуальным имиджем.	Семинар-диспут. «Мозговая атака». Деловая игра
8	Корпоративный имидж в системе различных коммуникаций. Процесс формирования корпоративного имиджа.	Семинар-диспут. «Мозговая атака»
9	Роль СМИ в формировании имиджа.	«Мозговая атака»

7.4. Содержание практических (семинарских, лабораторных) занятий по дисциплине.

Раздел 3. Объект и предмет имиджологии.

Тема 1. Теоретические и методологические проблемы имиджологии.

Вопросы для обсуждения:

1. Рассмотрите исторические предпосылки возникновения имиджологии.
2. Раскройте особенности философии имиджологии, дайте трактовку категории «субъективное», «субъект», «субъектность» с позиций философии имиджологии.
3. Опишите специфику современной имиджологии (Автономность, содержательная обособленность имиджологии и др.).
4. Докажите универсальность значения имиджологии в современной цивилизации.
5. Назовите имманентные свойства пространства и времени с позиций философии имиджологии.
6. Дайте анализ знаний и умений, приоритетных в современной имиджологии?
7. Назовите виды имиджологии по специфике профессиональной деятельности.
8. Опишите направления и отрасли имиджологии.
9. Сделайте обзор различных типов имиджа.

Раздел 4. Место имиджологии в ряду современных наук.

Тема 1. Теоретические и прикладные аспекты самопрезентации и имиджирования.

Основные направления и методы социально-психологических исследований самопредъявления.

Вопросы для обсуждения:

1. Дайте собственное понятие имиджа.
2. Определите отличительные признаки рекламы и имиджа, в чем заключается сходство и отличия? Приведите наглядные примеры.
3. Рассмотрите особенности моды как средство самопрезентации.
4. Рассмотрите индивидуальные различия в склонности к самопредъявлению.
5. Сделайте сравнительный анализ самопрезентации в молодежной среде.

6. Упражнение «Мои жизненные планы». Составьте для себя список желаемых результатов и расположите его в порядке убывания ценности каждого. Ответьте на вопросы: Чего я уже добился? (Мой успех.) Чего хочу добиться в ближайшее время? Мои глобальные цели? Это и будет Вашей жизненной программой в осуществлении себя.

Раздел 5. «Я-концепция». Инструментарий имиджологии.

Тема 1. Цели и функции имиджа. Проблемы психологической эффективности имиджа.

Вопросы для обсуждения:

1. Посмотрите передачу с участием известного телеведущего. Какие средства смягчения негативных личностных характеристик вы бы предложили для улучшения его имиджа.

2. Выберите из телевизионного ролика образец рекламы с участием героя, раздражающего Вас. Как вы думаете, может ли смягчение негативных личностных характеристик этого героя сделать эту рекламу более эффективной?

3. Просмотрите телесюжеты, в которых участвуют известные политические деятели, государственные руководители, популярные артисты. Попытайтесь определить слагаемые их имиджа; выявите, какие функции имиджа наиболее полно и искусно высвечиваются; зафиксируйте, каким образом это им удастся.

Раздел 6. Формирование имиджа в различных профессиональных средах (педагогической, экономической, политической, юридической и т.д.).

Тема 1. Психология мотивации в имидже. Имидж как предмет социальных потребностей. Психические процессы в имидже. Психология звука, цвета, формы и света в имидже.

Вопросы для обсуждения:

1. Сделайте реферат по проблеме: Национально – культурная специфика наций и мотивы традиции в выборе имиджа.

2. Эмоциональное восприятие цветовых сочетаний в имидже.

3. Закономерности визуального поля в имидже.

4. Создание визуального образа в имидже.

5. Как используются в имидже звуко-цветовые соответствия?

6. Влияет ли цвет на конгруэнтность имиджа?

7. Как цветовое решение и макетирование встраивается в имидж?

8. В чем заключается феномен психологического восприятия формы в имидже?

9. Опишите виды эмоций, вызываемых звуком?

10. Сделайте реферат по проблеме: Символический цветовой имидж в условиях этнического многообразия России.

11. Сделайте реферат по проблеме: Цветовое восприятие в различных культурах. Сравнительный аспект.

12. Приведите примеры имиджей, в которых использованы основные модальности ощущений и восприятия.

Тема 2. Имидж как средство психологического воздействия, эффекты и феномены имиджа.

Вопросы для обсуждения:

1. Как используется метод психического заражения как механизм социального влияния в имидже и моде?

2. Как проявляются внушение и убеждение в имидже?
3. Как часто используется психологическая манипуляция потребителя в имидже объекта?
4. Назовите особые средства возвышения имиджа личности
5. Как создается «ореол» в рекламе образов известных личностей?
6. Раскройте содержание основных этапов разработки имиджевого проекта
7. Составьте перечень особенностей и преимуществ фирмы/личности (на выбор).
8. Сделайте самостоятельный анализ использования бессознательного в имидже.
9. Сделайте психологическую экспертизу творчества имиджмейкера на предмет эффективности имиджа. В качестве примера возьмите имидж известных личностей.

Раздел 7. Управление индивидуальным имиджем.

Тема 1. Основные принципы и методы имиджирования.

Вопросы для обсуждения:

1. Назовите основные психолого-педагогические принципы в организации имиджирования.
2. Раскройте особенности коммуникативного и речевого воздействия (диалог, монолог, полилог)?
3. Назовите особенности, правила и технологии саморегуляции и ортобиоза.
4. Опишите главный критерий ортобиоза. Чем полезны знания по ортобиозу при работе над имиджем? Какие рекомендации по ортобиозу можно использовать в имидже?
5. Каковы основные достоинства и проблемы принципа суггестивности и суггестивного метода?
6. Раскройте особенности принципа гармонии визуального образа?
7. Раскройте сущность метода пространственного творчества как метода преобразования пространства своего бытия.
8. Раскройте сущность метода преобразования пространств: психологическая (конфигурация, пластика, масштаб, светотень, цвет, текстура, фактура; социокультурная (смыслы, образы, направленность изменений).
9. Приведите примеры влияния трех групп пространственных свойств на творческий потенциал личности: физиологическая (размер, расположение, ориентация).

Раздел 8. Корпоративный имидж в системе различных коммуникаций. Процесс формирования корпоративного имиджа.

Тема 1. Психология имиджа.

Вопросы для обсуждения:

1. Рассмотрите и кратко законспектируйте следующие вопросы:
Имиджелогия: секреты личного обаяния. Природа имиджа.
Перестройка имиджа. Имидж по К.С. Станиславскому.

Тема 2. "Инструментарий имиджелогии".

Вопросы для обсуждения:

1. Можно ли говорить о специфических методах построения персонального и корпоративного имиджа и на каком основании?
 - это строго фиксированный набор методов, их необходимо просто знать
 - у имидж-билдинга нет своих методов, здесь используются творческие приемы самых разных дисциплин

- это методы, связанные с другими приемами и методиками ИМК, рекламой и т.д.
- это методы, базирующиеся на теории массовых коммуникаций
- это методы, индивидуально найденные в ходе практической деятельности отдельными специалистами
- основание поиска методов имидж-билдинга кроется в психологии восприятия

8. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине:

Контроль качества освоения дисциплины включает в себя текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию обучающихся. Промежуточная аттестация обучающихся по дисциплине проводится в форме зачета.

Конкретный перечень типовых контрольных заданий и иных материалов для оценки результатов освоения дисциплины, а также описание показателей и критериев оценивания компетенций приведен в фонде оценочных средств по дисциплине.

9. Методические указания для обучающихся при освоении дисциплины:

Для обеспечения систематической и регулярной работы по изучению дисциплины и успешного прохождения промежуточных и итоговых контрольных мероприятий обучающемуся рекомендуется регулярно изучать каждую тему дисциплины, активно участвуя в аудиторных занятиях и в ходе реализации различных форм самостоятельной индивидуальной работы.

Учитывая структуру и содержание дисциплины, обучающимся рекомендуются следующие методические подходы к освоению материала:

в ходе лекционных занятий:

- ориентация на освоение общей характеристики и научных концепций рассматриваемых вопросов,
- фиксирование основных положений лекции и ключевых определений рассматриваемой проблемы;
- фиксирование спорных моментов и проблем, которые могут стать предметом внимания и изучения на практических занятиях

в ходе практических занятий:

- участие в активной дискуссии с обоснованием собственных позиций,
- активное участие в обсуждении рассматриваемой темы, выступление с подготовленными заранее докладами и презентациями, участие в выполнении контрольных работ

в ходе самостоятельной работы:

- работа с первоисточниками;
- подготовка устных выступлений на практических занятиях;
- подготовка реферата, эссе;
- подготовка презентаций к выступлениям;
- подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации по дисциплине.

В основе методических подходов к обучению в ходе освоения дисциплины преимущество отдается современным интерактивным формам и методам, способствующим формированию творческого, компетентностного и деятельностного

понимания сущности социальной и профессиональной деятельности, развитию самостоятельности мышления, умений принимать решения.

Выбор и применение определенных образовательных технологий в учебном процессе осуществляется на основе учета специфики учебной деятельности, ее информационно-ресурсной основой и предстоящими видами учебных задач.

Лекция-визуализация. Форма проведения лекционного занятия, в ходе которой активизация процесса обучения происходит за счет наглядности и проблемности изложения изучаемого материала, когда перед обучающимися ставятся различные проблемные задачи, вопросы, раскрываются противоречия, побуждающие совместно искать подходы к их решению. В лекции-визуализации передача информации сопровождается презентацией (демонстрацией учебных материалов, представленных в различных знаковых системах, в том числе иллюстративных, графических, аудио- и видеоматериалов).

Семинар-диспут. Здесь инициатива обучающихся не ограничена конкретной узкой проблемой или проблемной ситуацией, а, наоборот предлагается обсудить либо процесс, либо условия с учетом комплексных позиций. В процессе диспута его участники высказывают различные суждения, точки зрения, оценки на те или иные события, проблемы.

Решение ситуационных и контекстных задач. Задача – цель, заданная в конкретных условиях и требующая эффективного способа ее достижения. Учебные задачи можно классифицировать по разным основаниям. В соответствии с характером анализируемой ситуации можно выделить следующие задачи:

выполняющие функции овладения методологией и теоретическими знаниями;

выполняющие функцию формирования профессиональных компетенций; выполняющие функции овладения трудовыми действиями, нормами и правилами профессиональной деятельности.

«Мозговая атака» – активная форма обучения, быстрый и эффективный способ выработки путей преодоления трудностей и разрешения противоречий. Данный метод определяется как способ мобилизации знаний, опыта и творческих способностей обучающихся. Быстрое и активное обсуждение проблем и способов их решения дает определенный синергетический эффект. Его суть в том, что участникам работы предлагается высказывать как можно больше вариантов решения проблемы, в том числе и самых фантастических.

Преподаватель сообщает обучающимся суть решаемой проблемы. Проблема должна быть обозначена четко и понятно. Важно, чтобы при проведении «мозговой атаки» в группе создавалась непринужденная атмосфера. Чем больше идей, тем лучше. Следует стремиться, чтобы предложения поступали быстро.

Преподаватель, ведущий «мозговую атаку» не имеет права комментировать или оценивать высказывания участников, но в то же время он может прерывать выступление или уточнять суть высказывания. Все высказанные идеи должны быть записаны на доске.

Для теоретического и практического освоения дисциплины большое значение имеет самостоятельная работа обучающихся, осуществляемая индивидуально и под руководством преподавателя.

Дискуссия – это публичное обсуждение или свободный вербальный обмен знаниями, суждениями, идеями или мнениями по поводу какого-либо спорного вопроса,

проблемы. Ее существенными чертами являются сочетание взаимодополняющего диалога и обсуждения- спора, столкновение различных точек зрения, позиций.

Являясь одной из наиболее эффективных технологий группового взаимодействия, дискуссия усиливает развивающие и воспитательные эффекты обучения, создает условия для открытого выражения участниками своих мыслей, позиций, обладает возможностью воздействия на установки ее участников.

Деловая игра. Одна из эффективных форм образовательного процесса, направленная на развитие навыков применения теоретических и прикладных профессиональных знаний, а также практического профессионального опыта; способности выявлять и ставить проблемы профессионально-ориентированных задач и самостоятельно или в команде находить пути их решения; способности работать в коллективе, находить необходимые средства коммуникации и достижения коллективных целей. Цель деловой игры – проявить имеющиеся знания, показать умение самостоятельно (автономно) или в команде пользоваться ими, получить навыки восприятия комплексных проблем и выработки подходов к их решению.

Для реализации деловой игры преподаватель использует реальные или специально сконструированные ситуации, изложенные в виде профессиональной (межпрофессиональной) задачи. Правила игры должны быть модельными, то есть повторять упрощенные ситуации, включающие ограничения и возможности, которые существуют при решении подобных задач в реальной жизни.

В деловой игре все участники находятся в рамках одного общественного интереса или же различие их общественных интересов значения не имеет. Таким интересом является успешное решение поставленной задачи. Другими словами, в деловой игре играют в профессию и поэтому ее тема должна быть из области будущей профессиональной деятельности обучающихся.

Подготовка деловой игры требует от преподавателя следующих действий: продумать и сформулировать учебные цели; подобрать необходимое оборудование; подготовить раздаточный материал (техническое задание, технологическую карту, выдержки из документов, регламентирующих наиболее важные аспекты решения задачи и т. п.).

10. Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Самостоятельная работа обучающихся предполагает самостоятельное изучение отдельных тем, дополнительную подготовку обучающихся к каждому практическому занятию.

При изучении содержания дисциплины организация самостоятельной работы обучающихся должна представлять единство трех взаимосвязанных форм:

- 1) внеаудиторная самостоятельная работа;
- 2) аудиторная самостоятельная работа, которая осуществляется под непосредственным руководством преподавателя;
- 3) творческая, в том числе научно-исследовательская работа.

В процессе изучения дисциплины обучающимися предлагаются следующие виды самостоятельной работы:

Вид самостоятельной работы	Описание вида самостоятельной работы
-----------------------------------	---

Подготовка к практическим занятиям	Этот вид самостоятельной работы состоит из нескольких этапов: 1) повторение изученного материала. Для этого используются конспекты лекций, рекомендованная основная и дополнительная литература; 2) углубление знаний по теме. Необходимо имеющийся материал в лекциях, учебных пособиях дифференцировать в соответствии с пунктами плана практического занятия. Отдельно выписать неясные вопросы, термины. Лучше это делать на полях конспекта лекции или учебного пособия. Уточнение надо осуществить при помощи справочной литературы (словари, энциклопедические издания и т.д.); 3) составление развернутого плана выступления, или проведения расчетов, решения задач, упражнений и т.д.
Работа с информационными компьютерными технологиями	Данный вид самостоятельной работы предполагает разработку преподавателем заданий с использованием Интернет-технологий. Подобные задания для самостоятельной работы могут быть направлены на: 1) поиск и обработку информации; 2) на организацию взаимодействия в сети; 3) задания по созданию web-страниц; 4) выполнение проектов; 5) создание моделей.
Задания на поиск и обработку информации	Могут включать: написание реферата-обзора; рецензию на сайт по теме; анализ литературы и источников в сети на данную тему, их оценивание; написание своего варианта плана лекции; подготовку доклада; составление библиографического списка; ознакомление с профессиональными конференциями, анализ обсуждения актуальных проблем.
Написание рефератов и докладов.	Реферат - это краткое изложение содержания научных трудов или литературных источников по определенной теме. Доклад - публичное сообщение, представляющее собой развернутое изложение определенной темы. Реферат и доклад должны включать введение, главную часть и заключение. Во введении кратко излагается значение рассматриваемого вопроса в научном и учебном плане, применительно к теме занятия. Затем излагаются основные положения проблемы и делается заключение и выводы. В конце работы дается подробный перечень литературных источников, которыми пользовался обучающийся при написании реферата или доклада.
Работа с литературой	Овладение методическими приемами работы с литературой одна из важнейших задач обучающегося. Работа с литературой включает следующие этапы: 1. Предварительное знакомство с содержанием. 2. Углубленное изучение текста с преследованием следующих целей: усвоить основные положения; усвоить фактический материал; логическое обоснование главной мысли и выводов. 3. Составление плана прочитанного текста. Это необходимо тогда, когда работа не конспектируется, но отдельные положения могут пригодиться на занятиях,

	при выполнении курсовых, выпускных квалификационных работ, для участия в научных исследованиях. 4. Составление тезисов.
Задания на организацию взаимодействия в сети	Предполагают: обсуждение состоявшегося или предстоящего события, лекции; работа в списках рассылки; общение в синхронной телеконференции (чате) со специалистами или обучающимися других групп или вузов, изучающих данную тему; обсуждение возникающих проблем в отсроченной телеконференции; консультации с преподавателем и другими обучающимися через отсроченную телеконференцию; консультации со специалистами через электронную почту.

Задания для самостоятельной работы.

В рамках самостоятельной работы обучающиеся готовятся к практическим занятиям, изучают учебно-методическую литературу и используют образовательные ресурсы ГАОУ ВО МГПУ и сети Интернет.

11. Основная и дополнительная литература, необходимая для освоения дисциплины:

а) основная литература:

1. Горчакова В.Г. Имиджология. Теория и практика [Электронный ресурс]: учеб. пособие / В.Г. Горчакова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012
2. Горчакова В.Г. Имиджология. Теория и практика: учеб. пособие / В.Г. Горчакова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.
3. Джефкинс Фрэнк Паблик рилейшнз: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью" / Ф. Джефкинс, Д. Ядин; пер. с англ. под ред. Б.Л. Еремина. - М.: ЮНИТИ: UNITY, 2003. - 400 с.: ил. - Прил.: с. 363-400. - ISBN 5-238-00567-9.
4. Квеско Р.Б. Имиджология: учеб. пособие / Р.Б. Квеско, С.Б. Квеско. - Томск: Изд-во Том. политех. ун-та, 2008.
5. Основы коммуникативной культуры: учеб. пособие / Федер. агентство по образованию РФ, Тамбов. гос. ун-т им. Г.Р. Державина; [авт.-сост.: Е.И. Григорьева, Н.В. Апажихова]. - Тамбов: [б. и.], 2009. - 295 с.

б) дополнительная литература:

1. Джефкинс Фрэнк Паблик рилейшнз: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью" / Ф. Джефкинс, Д. Ядин ; пер. с англ. под ред. Б.Л. Еремина. - М.: ЮНИТИ: UNITY, 2003. - 400 с.
2. Федотова М.Г. Коммуникационный менеджмент: учеб. пособие / М.Г. Федотова. - Омск: Изд-во Омск. гос. ун-та, 2006.
3. Рева В.Е. Коммуникационный менеджмент: учеб.-метод. пособие / В.Е. Рева. - Пенза: Изд-во Пенз. ун-та, 2003. - Добавлено: 26.04.2013.
4. Бердников И.П. PR-коммуникации: практ. пособие / И.П. Бердников. - м.: Дашков и К, 2012. - Добавлено: 19.04.2013.
5. Чуланова Оксана Леонидовна Имиджология: учеб.-метод. пособие / О.Л. Чуланова. - Сургут: СурГУ, 2007.

6. Каверина Е.А. Событийные коммуникации в культуре: Философская пропедевтика и маркетинговая практика / Е.А. Каверина. - СПб.: РГПУ им. А.И. Герцена, 2011.
7. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз: учебник / Ф.И. Шарков. - М.: Дашков и К, 2013. -
8. Трофимов Михаил Юрьевич Основы коммуникативной культуры: учеб. пособие / М.Ю. Трофимов. - СПб.; М.; Краснодар: Лань: Планета музыки, 2017.

12. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины

1. Российский портал открытого образования. Режим доступа : <http://www.ict.edu.ru>.
2. Федеральный портал «Российское образование». Режим доступа : <http://www.edu.ru>.
3. Российский общеобразовательный портал. Режим доступа : <http://www.school.edu.ru>.
4. you tube, [www/notarhiv.ru](http://www.notarhiv.ru), nlib.org.ua, admin@poiskm.

13. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационно-справочные системы:

информационные технологии обработки графической информации; информационные технологии передачи данных и распространения информации; информационные технологии хранения данных; информационные технологии накопления данных. Сетевые (локальные, территориальные, проводные, беспроводные и др.) информационные технологии, информационные технологии групповой работы, гипертекстовые информационные технологии, мультимедийные информационные технологии, операционные системы семейства Windows, Office, браузеры (FireFox).

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы: доступ к базам РГБ, ГНБУ, ERIC (www.rsl.ru, www.gnpbu.ru), Министерства образования и науки Российской Федерации (www.informica.ru), научные электронные библиотеки ЭБС IPRbooks(www.iprbookshop.ru); ЭБС ZNANIUM.COM (www.znanium.com); ЭБС eLibrary (www.eLibrary.ru); УБД ООО «ИВИС» (www.ebiblioteka.ru); ЭБС «Университетская библиотека онлайн» (www.biblioclub.ru); ЭБС ЮРАЙТ (www.ura.it.ru); ЭБС ACADEMIA-MOSCOW.RU (www.academia-moscow.ru); ЭБС «Лань» (www.e.lanbook.com).

14. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине:

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций. Специализированная мебель, компьютер, музыкальный центр, Smart-доска, видеопроектор, фортепиано, доска, набор демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся (Читальный зал библиотеки). Специализированная мебель, 3 персональных компьютера обеспеченных доступом к сети «Интернет».