

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ЛГПУ»)

Институт истории, международных отношений и социально-политических наук

Кафедра социальной педагогики и организации работы с молодежью

УТВЕРЖДАЮ

Директор Института истории,
международных отношений и
социально-политических наук

 Дитковская С.А.
«15» августа 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Формирование имиджевой стратегии и инструмента имиджелогии

По направлению подготовки 39.04.03 Организация работы с молодежью
(уровень магистратуры)

Магистерская программа – Управление молодежной политикой

Квалификация выпускника – магистр

Форма обучения – очная, заочная

Курс – 2 курс (3семестр), 2 курс (4 триместр)

Луганск, 2025

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной образовательной программы для подготовки магистров по направлению подготовки 39.04.03 Организация работы с молодежью очной и заочной форм обучения.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 39.04.03 Организация работы с молодежью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 05 февраля 2018 г. №82 и Профессиональным стандартом «Специалист по работе с молодежью», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12 февраля 2020 г. № 59н.

СОСТАВИТЕЛЬ:

канд. пед. наук, доцент кафедры социальной педагогики и организации работы с молодежью ФГБОУ ВО «ЛПГУ» **Гужва Татьяна Михайловна**

Утверждена на заседании кафедры социальной педагогики и организации работы с молодежью

Протокол от «13» сентября 2025 г. №6

Заведующий кафедрой



Акиншева И.П.

Одобрена на заседании учебно-методической комиссии Института истории, международных отношений и социально-политических наук

Протокол от «15» сентября 2025 г. №6

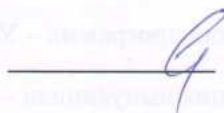
Председатель



Акиншева И.П.

СОГЛАСОВАНО:

Директор Департамента образования



Савенков В.В.

Структура и содержание дисциплины

1. Цели и задачи дисциплины, ее место в учебном процессе

Цель изучения дисциплины – является ознакомление студентов со структурой и основными направлениями имиджологии и умение совершенствовать современные теоретико-методологические представления имиджологии, ее особенности, овладеть методами, современными ее технологиями.

Задачи: ознакомление с научно-теоретическими основаниями теории имиджа; формирование у студентов целостного представления о назначении, формах, методах, технологиях имиджологии; систематизация основных понятий, используемых в теории и практике имиджирования; обобщение и классифицирование технологий конструирования имиджа; приобретение некоторых практических навыков конструирования имиджа.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВО.

Учебная дисциплина «Формирование имиджевой стратегии и инструмента имиджологии» относится к части дисциплин, формируемой участниками образовательных отношений, блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 39.04.03 Организация работы с молодежью. Индекс дисциплины Б1.В.13.

Дисциплина реализуется кафедрой социальной педагогики и организации работы с молодежью.

Необходимыми условиями для освоения учебной дисциплины являются:

знания основных составляющих технологий организации и проведения имиджевых кампаний, а также направления их оптимизации;

умения осваивать и анализировать новые научные знания;

навыки конспектирования, обобщения и систематизации учебного материала; выражения и обоснования своей позиции по основным вопросам, логичного изложения учебной информации, владения компьютером и поиска специализированной научной литературы.

Содержание дисциплины основывается на базе дисциплин: «Управление общественными отношениями», «Методика преподавания в образовательном учреждении», «Административная этика и деловые коммуникации», «Коммуникативные технологии в детской и молодежной среде», «Проблемы самоопределения человека в современном мире», «Организация профессиональной деятельности психолого-педагогического направления»

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Код по ФГОС ВО	Индикатор достижения	Результаты обучения по дисциплине
----------------	----------------------	-----------------------------------

Универсальные		
<p>УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки</p>	<p>ИУК-6.1. Выстраивает и обосновывает иерархию целей и задач саморазвития с точки зрения их приоритета в жизненном и профессиональном самоопределении</p> <p>ИУК-6.2. Проводит самооценку уровня своей готовности к решению профессиональных задач разрабатывает и реализует программу саморазвития и самосовершенствования</p> <p>ИУК-6.3. Подбирает критерии и анализирует результаты процесса самосовершенствования, на их основе корректирует процесс саморазвития в зависимости от меняющихся условий и потребностей.</p>	<p>знать методики формирования политического имиджа; знать основные составляющие технологий организации и проведения имиджевых кампаний, а также направления их оптимизации; уметь применять различные методы решения нормативных, организационных, медийных и PR проблем в ходе проведения имиджевых кампаний; уметь использовать в практической работе полученные знания;</p> <p>уметь обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы; проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов построения коммуникаций; осуществлять профессиональные функции в области политического PR, средствах массовой информации, культуры, спорта, Интернете, социальных сетях; оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; иметь способность к выработке нестандартных решений; организовать и провести маркетинговое и социологическое исследование: наблюдение, опросы, анкетирование, эксперимент с целью изучения общественного мнения, повышения имиджа и конкурентной позиции кандидата; осуществить сбор, обработку и анализ полученных данных;</p> <p>владеть терминологическим аппаратом имиджелогии; навыками выступления перед аудиторией, участия в дискуссии; навыками сравнительного анализа и синтеза (компаративистика); навыки работы с мультимедийными материалами; технологиями и тенденциями развития общества.</p>

4. Структура и содержание учебной дисциплины

4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов (зач. ед.)	
	Очная форма	Заочная форма
Общая учебная нагрузка (всего)	108 (3 зач. ед)	108 (3 зач. ед)
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего) в том числе:	36	24
Лекции	12	6
Семинарские занятия	24	6
Практические занятия	-	-
Лабораторные работы	-	-
Контрольные работы	-	-
Курсовая работа (курсовой проект)	-	-
Другие формы и методы организации образовательного процесса (<i>контроль, групповые дискуссии, ролевые игры, тренинги, компьютерные симуляции, интерактивные лекции, семинары, анализ деловых ситуаций и т.п.</i>)	36	12
Самостоятельная работа студента (всего)	36	84
Форма аттестации	экзамен	экзамен

4.2. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Имиджелогия как сфера профессиональной деятельности.

История развития имиджелогии.

Имиджелогия как наука, искусство и практическая деятельность. Имиджелогия как научно-практическая, инновационно-технологическая дисциплина. Цели и задачи имиджелогии. Теоретическая имиджелогия: выявление сущности, специфики и закономерностей возникновения, структурирования, функционирования и изменения имиджа. Прикладная имиджелогия: разработка стратегий, тактик, техник, методик и технологий построения, поддержания и коррекции имиджа. Имиджевая коммуникация как объект имиджелогии. Имидж как предмет имиджелогии. Имиджмейкинг: понятие, структура, функции, технологии. Имиджмейкинг как профессиональная деятельность по созданию имиджа с заданными свойствами и преобразованию имиджа для достижения поставленных целей. Структура имиджмейкинга: маркетинговый, социологический, ситуативный, коммуникативный этапы. Функции имиджмейкинга. Инструментарий имиджмейкинга. Имиджмейкер как профессия: функционально-ролевое положение в структуре PR. Имиджмейкер как профессия: специальные знания, навыки и умения, основные направления деятельности имиджмейкера. Функции имиджмейкера: планирование, организация, мотивация, контроль, координация, реализация. Личные и профессиональные качества имиджмейкера.

Тема 2. Понятие, структура, функции имиджа. Личный и публичный имидж.

Природа, факторы и формы динамики взаимодействия людей в обществе. Имиджевая коммуникация как реальность современного мира, структурирования, функционирования и изменение современного пространственно-временного и социокультурного аспектов информационного континуума современного общества. Имидж как социально – культурный феномен. Имидж как социально-психологический феномен. Природа социального восприятия. Имидж как информационно-коммуникативный феномен. Типология имиджа. Проблема типологии и классификации имиджа. Обзор диапазона подходов к типологии имиджа в отечественной и зарубежной литературе. Типология общего направления: позитивный и негативный имидж, личный и профессиональный, объектный, индивидуальный, групповой, организационный, политический, бизнес-имидж и пр., габитарный, вербальный и др. «Вертикальная» и «горизонтальная» типология имиджа.

Тема 3. Инструментарий имиджелогии.

Позиционирование. Позиционирование как помещение объекта в благоприятную для него информационную среду. Трансформация. Трансформация характеристик объекта до круга необходимых, отбор того, что необходимо передать аудитории. Утрировка. Уход от характеристик, которые не являются сильными с точки зрения аудитории. Перевод. Перенос характеристик для передачи по другим, более «выгодным» каналам коммуникации. Манипулирование. Мифологизация. Типология мифов: партийные мифы; государственные мифы, семейные мифы детские мифы, исторические мифы (отражающие особую роль данного народа в мировой истории). Черты мифологического сообщения. Каналы распространения мифологических сюжетов. Эмоционализация. Пути перехода эмоций в сообщения. Формат. Процессы создания выгодных для коммуникатора контекстов. Иерархия поведенческих факторов, влияющих на популярность оратора. Вербализация. Детализация. Акцентирование информации, ее утаивание и акцент на ней. Дистанцирование. Роль дистанцирования в кризисных ситуациях. Метафоризация. Визуализация. Воздействие на общественное мнение по нескольким каналам. Опрос общественного мнения. Функции опросов.

Тема 4. Корпоративный имидж. Основные составляющие имиджа организации.

Понятие корпоративного имиджа. Роль имиджа в деятельности организации. Компоненты имиджа организации. Визуальное измерение имиджа организации. Процесс формирования и развития имиджа организации. Внутренний имидж организации.

Тема 5. Технологии создания имиджа организации.

Понятие технологий формирования имиджа организации. Использование возможностей сети Интернет в процессе формирования имиджа компании. Событийные мероприятия как инструмент создания имиджа организации.

Тема 6. Политическая имиджелогия: понятие, классификация политического имиджа.

Понятие политического имиджа. Роль политического имиджа в развитии политического лидерства. Функции политического имиджа. Группы черт политика, входящие в структуру имиджа. Этапы конструирования и функционирования политического имиджа. Имидж мужчины-политика, женщины-политика. Компоненты имиджа политического лидера-мужчины, лидера-женщины. Имиджи политических партий. Имиджевая характеристика политических партий. Формирование имиджа политической партии. Модели имиджа политических партий. Категоризация политических имиджей в массовом сознании.

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
3 семестр / 4 триместр			
1	Имиджелогия как сфера профессиональной деятельности. История развития имиджелогии.	2	2
2	Понятие, структура, функции имиджа. Личный и публичный имидж.	2	-
3	Инструментарий имиджелогии.	2	-
4	Корпоративный имидж. Основные составляющие имиджа организации.	2	-
5	Технологии создания имиджа организации.	2	2
6	Политическая имиджелогия: понятие, классификация политического имиджа.	2	2
Итого:		12	6

4.4. Практические (семинарские) занятия

№ п/ п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
3 семестр / 4 триместр			
1	Имиджелогия как сфера профессиональной деятельности. История развития имиджелогии.	4	2
2	Понятие, структура, функции имиджа. Личный и публичный имидж.	4	2
3	Инструментарий имиджелогии.	4	2
4	Корпоративный имидж. Основные составляющие имиджа организации.	4	-
5	Технологии создания имиджа организации.	4	-
6	Политическая имиджелогия: понятие, классификация политического имиджа.	4	-
Итого:		24	6

4.5. Лабораторные работы

Учебным планом не предусмотрены

4.6. Самостоятельная работа студентов

№ п/ п	Название темы	Вид СРС	Объем часов	
			Очная форма	Заочная форма
3 семестр / 4 триместр				
1	Имиджелогия как сфера профессиональной деятельности. История развития имиджелогии.	Конспект	6	14
2	Понятие, структура, функции имиджа. Личный и публичный имидж.	Конспект	6	14
3	Инструментарий имиджелогии.	Конспект	6	14
4	Корпоративный имидж. Основные составляющие имиджа организации.	Конспект	6	12
5	Технологии создания имиджа организации.	Конспект	6	12
6	Политическая имиджелогия: понятие, классификация политического имиджа.	Конспект	6	18
Итого:			36	84

4.7. Курсовые работы.

Учебным планом не предусмотрены.

5. Методическое обеспечение. Образовательные технологии.

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

Технология объяснительно-иллюстративного обучения (технология поддерживающего обучения, технология проведения учебной дискуссии);

Информационные технологии: использование электронных образовательных ресурсов (электронный конспект) при подготовке к лекциям, практическим (семинарским) занятиям.

Технологии проблемного обучения (метод проблемных заданий, метод эвристической беседы).

Технологии развивающего обучения (метод творческих заданий, ролевых игр).

Помимо этого, при изучении дисциплины используются традиционные методы обучения: лекции, семинарские занятия.

6. Формы контроля освоения дисциплины.

Текущая аттестация студентов производится в дискретные временные интервалы лектором и преподавателем(ями), ведущими практические занятия по дисциплине в следующих формах:

- выступление на семинарских занятиях;

- участие в дискуссиях;
- самостоятельное конспектирование литературы и ее анализ;
- выполнение индивидуальных заданий;
- выполнение самостоятельной работы;
- письменные ответы на модульных контрольных работах.

Промежуточный контроль по результатам освоения дисциплины проходит в форме письменного экзамена для очной и заочной формы обучения, который включает в себя ответы на теоретические вопросы по дисциплине.

Система накопления баллов по видам работ отражается в таблице:

Система оценивания учебных достижений студентов очной и заочной форм обучения

Вид текущей учебной работы	Количество баллов	
	ОФО	ЗФО
3 семестр / 4 триместр		
Работа на семинарских занятиях	30	20
Написание МКР	10	10
Самостоятельная работа	20	30
Экзамен	40	40
Итого за семестр:	100	100

Накопительная система оценивания по 100-балльной шкале

Четырехбалльная система оценивания экзамена	100-балльная шкала	Буквенная шкала, соответствующая 100-балльной шкале	Система оценивания зачета
Отлично	90–100	А - отлично - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному	Зачтено
Хорошо	83–89	В - очень хорошо - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения большинства из них оценено числом баллов, близким к максимальному	

Хорошо	75–82	С - хорошо - теоретическое содержание курса освоено полностью; некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками	
Удовлетворительно	63-74	Д - удовлетворительно - теоретическое содержание дисциплины освоено частично, но пробелы не носят существенного характера; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, содержат ошибки	
Удовлетворительно	50-62	Е - посредственно - теоретическое содержание курса освоено частично; некоторые практические навыки работы не сформированы, многие предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены либо качество выполнения	
Неудовлетворительно	21-49	ФХ - неудовлетворительно - теоретическое содержание курса освоено частично; необходимые практические навыки работы не сформированы; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено либо качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному; при дополнительной самостоятельной работе над материалом курса возможно повышение качества выполнения учебных заданий	Не зачтено
Неудовлетворительно	0-20	Ф - неудовлетворительно - теоретическое содержание курса не освоено; необходимые практические навыки работы не сформированы; все выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий	

7. Учебно-методическое и программно-информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Горчакова, В. Г. Имиджология. Теория и практика: Учеб. пособие для студентов вузов Учебное пособие / Горчакова В.Г. – М : ЮНИТИ-ДАНА,

2015. – 335 с. ISBN 978-5-238-02095-2 – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/872660>.

2. Беленко, В. Е. Имиджелогия. Стратегии и тактики имиджевой коммуникации : учебное пособие / В. Е. Беленко, М. П. Беленко. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2010. – 140 с. – ISBN 978-5-7782-1393-7. – Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/44920.html> (дата обращения: 31.01.2025). https://vk.com/audio-2001450467_109450467 Режим доступа: для авторизир. пользователей.

3. Сысоева, Е. Ю. Имидж педагога : учебное пособие / Е. Ю. Сысоева. – Самара : Самарский университет, 2019. – 148 с. – ISBN 978-5-7883-1393-1. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/148594> (дата обращения: 31.01.2025). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

4. Головлева, Е. Л. Молодежная имиджелогия : учебное пособие и учебно-методические рекомендации / Е. Л. Головлева, Н. Н. Грибок, Р. Т. Мухаев. – Москва : Московский гуманитарный университет, 2015. – 175 с. – ISBN 978-5-906768-55-1. – Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/74708.html> (дата обращения: 31.01.2025). – Режим доступа: для авторизир. пользователей.

б) дополнительная литература:

1. Чуланова, О. Л. Имиджелогия [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособие / О. Л. Чуланова; Сургут, гос. ун-т. – Сургут: Изд-во СурГУ, 2007. – 264 с. – ISBN 5-89545-235-3. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/504923>.

2. Пономарева А.М. Креатив и копирайтинг в коммуникационном маркетинге: учебник [Электронный ресурс] / А.М. Пономарева. – М : РИОР : ИНФРА-М, 2017. – 284 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/910391>.

3. Ушакова, Н. В. Имиджелогия (3-е издание) : учебное пособие для бакалавров / Н. В. Ушакова, А. Ф. Стрижова. – Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. – 264 с. – ISBN 978-5-394-01942-5. – Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/57073.html> (дата обращения: 31.01.2025). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

4. Психологические аспекты общения : учебно-методическое пособие / составитель А. А. Ярмонова. – Воронеж : ВГАС, 2023. – 216 с. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/394379> (дата обращения: 31.01.2025). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

5. Елкина, М. В. Имиджелогия : учебно-методическое пособие / М. В. Елкина. – Омск : Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, 2013. – 156 с. – Текст : электронный // Цифровой

образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/65055.html> (дата обращения: 31.01.2025). – Режим доступа: для авторизир. пользователей.

6. Беляева, М. А. Азы имиджологии. Имидж личности, организации, территории : учебное пособие для вузов / М. А. Беляева, В. А. Самкова. – 2-е изд. – Москва, Екатеринбург : Кабинетный ученый, 2017. – 228 с. – ISBN 978-5-7584-0140-8. – Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/75000.html> (дата обращения: 31.01.2025). – Режим доступа: для авторизир. пользователей.

7. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: Учебное пособие / Шарков Ф.И., https://vk.com/audio-2001450467_109450467 3-е изд. https://vk.com/audio-2001450467_109450467 М.: Дашков и К, "Издательство Шаркова", 2017. – 270 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/327924>.

в) Интернет-ресурсы:

1. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: научная электронная библиотека. – URL: <http://www.elibrary.ru>
2. ibooks.ru [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система. – URL: <http://ibooks.ru>
3. Издательство «Лань» [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система. URL:<http://e.lanbook.com/>
4. Издательство «Юрайт» [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система. – URL: <http://biblio-online.ru>
5. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов [Электронный ресурс]. – URL:<http://scool-collection.edu.ru>
6. Единое окно доступа к образовательным ресурсам [Электронный ресурс]. – URL: <http://window.edu.ru>
7. Znanium.com [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система. – URL: <http://znanium.com>
8. IPR SMART [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система. – URL: <https://www.iprbookshop.ru>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Освоение дисциплины предполагает использование академических аудиторий, соответствующих действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Аудиторное оснащение: лекционная аудитория, рабочее место преподавателя, рабочие места студентов, канцелярское оснащение учебного процесса.

Преподавание дисциплины предусматривает доступ обучающихся электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде университета, которая обеспечивает возможность доступа обучающихся к информационно-коммуникационной сети «Интернет».

9. Лист дополнений и изменений

[illegible]