

**МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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

Институт педагогики и психологии

Кафедра педагогики



УТВЕРЖДАЮ

Директор Института
педагогики и психологии

М.В. Рудь

« 25 » *февраль* 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Имидж образовательной организации

По направлению подготовки 44.04.01 Педагогическое образование

Программа магистратуры – Педагогика высшего образования

Квалификация выпускника – магистр

Форма обучения – очная, заочная

Курс – 2 курс (4 семестр), 3 курс (7 триместр)

Луганск, 2026

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования для подготовки магистров по направлению подготовки 44.04.01 Педагогическое образование, программы магистратуры «Педагогика высшего образования» очной и заочной форм обучения.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с ФГОС ВО – магистратура по направлению подготовки 44.04.01 Педагогическое образование, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 22 февраля 2018 г. № 126 (с изменениями и дополнениями), Профессиональным стандартом «Педагог (педагогическая деятельность в сфере дошкольного, начального общего, основного общего, среднего общего образования) (воспитатель, учитель)», утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 18 октября 2013 г. № 544н (с изменениями и дополнениями) и Профессиональным стандартом «Педагог профессионального обучения, среднего профессионального образования», утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 21 марта 2025 г. № 136н.

СОСТАВИТЕЛЬ:

старший преподаватель кафедры педагогики, кандидат педагогических наук
Киселева Галина Николаевна.

Утверждена на заседании кафедры педагогики

Протокол от « 24 » февраля 2026 г. № 10

Заведующий кафедрой педагогики



О.Ф. Турянская

Одобрена на заседании учебно-методической комиссии Института педагогики и психологии

Протокол от « 24 » февраля 2026 г. № 17

Председатель учебно-методической комиссии
Института педагогики и психологии



Б.А. Дьяченко

СОГЛАСОВАНО:

Директор Департамента образования



В.В. Савенков

1. Цели и задачи учебной дисциплины

Цель дисциплины формирование компетенций, необходимых для профессиональной деятельности в области управления имиджем образовательных систем; на основе знания основных принципов и механизмов формирования корпоративного имиджа вооружить студентов методами и технологиями создания и управления имиджем образовательной организации.

Задачи дисциплины:

- определение перспективных и приоритетных направлений формирования имиджа образовательной организации;
- разработка концепции формирования положительного имиджа образовательной организации;
- формирование знаний по разработке управленческих решений, направленных по формированию положительного имиджа образовательной организации;
- умения и навыки использования теоретических знаний в практических ситуациях, а также формирование необходимых для профессиональной деятельности компетенций.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Учебная дисциплина «Имидж образовательной организации» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1. «Дисциплины (модули)» учебного плана подготовки студентов по направлению подготовки 44.04.01 Педагогическое образование, программа магистратуры «Педагогика высшего образования». Индекс дисциплины Б1.В.06.

Дисциплина основывается на базе дисциплин: «Инновационные процессы в образовании», «Этика и культура управления», «Профилактика и разрешение конфликтов в образовательной среде», «Управление педагогическими кадрами и персоналом в вузе».

Необходимыми условиями для освоения учебной дисциплины являются

знания теоретических основ имиджа образовательной организации: основные понятия, методы, направления формирования имиджа; базовых составляющих и элементов имиджа организации; особенностей формирования имиджа образовательной организации;

умения правильно использовать теоретические знания в практической деятельности по формированию имиджа образовательной организации; осуществлять комплексный анализ качества образовательной среды по критерию ее имиджа; обобщать и классифицировать технологии конструирования имиджа организации; раскрыть структуру корпоративного имиджа;

навыки системного представления об имидже образовательной организации в психолого-педагогическом и социальном аспектах;

формирования имиджа образовательной организации и оценивания его качества по факторам данной дисциплины.

Является необходимой основой для подготовки научно-исследовательской работы, прохождения преддипломной практики, выполнения и защиты выпускной квалификационной работы, а также в будущей профессиональной деятельности выпускников.

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

Код по ФГОС ВО	Индикатор достижения	Результаты обучения по дисциплине
Универсальные		
УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1. Вырабатывает стратегию командной работы и на ее основе организует отбор членов команды для достижения поставленной цели	знать: современные подходы к формированию имиджа образовательной организации; уметь: организовывать работу малого коллектива, рабочей группы в системе среднего образования, высшего образования для конструирования имидж образовательной организации; владеть: навыками командной работы над творческими проектами, имиджем и позиционированием учебного заведения.
	УК-3.2. Организует и корректирует работу команды, в том числе на основе коллегиальных решений	
	УК-3.3. Разрешает конфликты и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех сторон; создает рабочую атмосферу, позитивный эмоциональный климат в команде	
	УК-3.4. Предлагает план и организывает обучение членов команды и обсуждение результатов работы, в т.ч. в рамках дискуссии с привлечением оппонентов	
	УК-3.5. Делегирует полномочия членам команды и распределяет поручения, дает обратную связь по результатам, принимает ответственность за общий результат	

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
	4 семестр	7 триместр
Общая учебная нагрузка (всего)	108 (3,0 з. ед)	108 (3,0 з. ед)
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего) в том числе:	36	12
Лекции	12	4
Семинарские занятия	24	8
Практические занятия	-	-
Лабораторные работы	-	-
Контрольные работы	27	12
Курсовая работа / курсовой проект	-	-
Другие формы организации учебного процесса		-
Самостоятельная работа студента (всего часов)	45	84
Форма аттестации	Экзамен	Экзамен

4.2. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Имидж и его роль в деловой жизни.

Цель, задачи, содержание и структура курса. Имиджелогия как междисциплинарная отрасль знания. Основные понятия. «Имидж» как базовое понятие имиджелогии. «Образ», «репутация», «авторитет». Управление созданием имиджа. Системный подход к исследованию имиджа. Проблема объекта и субъекта имиджа. Категориальные основания «корпоративного имиджа»: субъект, объект, аудитория.

Тема 2. Корпоративная репутация в системе имиджирования.

Виды и функции имиджа ОУ. Имидж и стереотип. Каналы передачи информации. Проблема объекта и субъекта имиджа. Категориальные основания корпоративного имиджа: субъект, объект, аудитория. Мотивы формирования корпоративного имиджа. Желаемый, идеальный и реальный имидж. Сознательный и бессознательный уровни функционирования имиджа. Внутренний имидж организации. Личность и работа: влияние индивидуальных различий на качество и эффективность внутреннего имиджа организации. Составные компоненты внутреннего имиджа организации, их характеристика трудовой деятельности. Анализ основных компонентов организационной культуры, проблемы их совершенствования.

Тема 3. Основные технологии формирования внешнего и внутреннего имиджа организации.

Деловое общение и имиджирование. Подготовка и проведение деловой беседы. Влияние деловой беседы на процесс формирования успешного

имиджа руководителя и организации. Правила проведения переговоров и формирование эффективного имиджа руководителя и организации. Общая характеристика понятия эффективное впечатление. Визуальный контакт, его формирование. Влияние длительности визуального контакта для формирования успешного имиджа. Искусство убеждения. Способы управления собеседником. Основные правила в искусстве убеждения. Подготовка публичного выступления.

Тема 4. Имидж руководителя и педагога.

Позитивный имидж руководителя. Формирование имиджа руководителя. Персональные, социальные, профессиональные компоненты имиджа руководителя: тип личности, свойства характера, качества личности, физические особенности. Понятие имиджа учителя. Структурные компоненты: индивидуальные характеристики, личностные, коммуникативные, деятельностные и внешнеповеденческие.

Тема 5. Маркетинг как система управления предприятием.

Инструменты маркетингового управления образовательной организацией. Комплекс маркетинга образовательной организации и его составляющие. Особенности маркетинговой среды образовательной организации. Сегментирование рынка образовательных услуг. Позиционирование образовательных услуг. Направления маркетинга образовательной организации.

Тема 6. Рыночные позиции образовательной организации.

Рыночная среда образовательной организации. Товарная политика образовательной организации. Концепция жизненного цикла образовательного продукта. Инновации в товарной политике образовательной организации. Ценообразование на рынке образовательных услуг. Формирование ценности образовательных услуг для потребителя. Фандрайзинг на рынке образовательных услуг. Франчайзинг, виды франчайзинга. Маркетинговые коммуникации образовательной организации. Реклама образовательной организации. Особенности применения инструментов PR в практике образовательной организации. Управление внешними коммуникациями образовательной организации. Оценка эффективности коммуникации.

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
		4 семестр	7 триместр
1	Тема 1. Имидж и его роль в деловой жизни.	2	2
2	Тема 2 Корпоративная репутация в системе имиджирования.	2	
3	Тема 3 Основные технологии формирования внешнего и внутреннего имиджа организации.	2	
4	Тема 4 Имидж руководителя и педагога	2	2
5	Тема 5. Маркетинг как система управления	2	

	предприятием.		
6	Тема 6. Рыночные позиции образовательной организации.	2	
Итого:		12	4

4.4. Практические (семинарские) занятия

п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
		4 семестр	7 триместр
1	Тема 1. Имидж и его роль в деловой жизни.	4	2
2	Тема 2 Корпоративная репутация в системе имиджирования.	4	2
3	Тема 3 Основные технологии формирования внешнего и внутреннего имиджа организации.	4	2
4	Тема 4 Имидж руководителя и педагога	4	
5	Тема 5. Маркетинг как система управления предприятием.	4	2
6	Тема 6. Рыночные позиции образовательной организации.	4	
Итого:		24	8

4.5. Лабораторные работы не предусмотрены

4.6. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объем часов	
			Очная форма	Заочная форма
			4 семестр	7 триместр
1	Тема 1. Имидж и его роль в деловой жизни.	работа с лекционным материалом; подготовка к практическим занятиям; поиск и обзор литературы, электронных источников информации; дополнение лекционных конспектов; подготовка к контролю текущих знаний по дисциплине; составление предметного словаря	8	15
2	Тема 2 Корпоративная репутация в системе имиджирования.	работа с лекционным материалом; подготовка к практическим занятиям; подготовка к контролю текущих знаний по дисциплине; составление глоссария по изученной теме; подготовка видео-компьютерных презентаций по изученной теме	8	15
3	Тема 3 Основные технологии формирования внешнего и	работа с лекционным материалом; подготовка к практическим занятиям; подготовка к контролю текущих знаний по дисциплине;	8	15

	внутреннего имиджа организации.	подготовка к контрольной работе; составление глоссария по изученной теме; разработка видео-компьютерных презентаций по изученной теме		
4	Тема 4 Имидж руководителя и педагога	работа с лекционным материалом; подготовка к практическим занятиям; подготовка к контролю текущих знаний по дисциплине; подготовка к контрольной работе; составление глоссария по изученной теме; разработка видео-компьютерных презентаций по изученной теме	8	15
5	Тема 5. Маркетинг как система управления предприятием.	работа с лекционным материалом; подготовка к практическим занятиям; подготовка к контролю текущих знаний по дисциплине; подготовка к контрольной работе; составление глоссария по изученной теме; разработка видео-компьютерных презентаций по изученной теме	8	15
6	Тема 6. Рыночные позиции образовательной организации.	работа с лекционным материалом; подготовка к практическим занятиям; подготовка к контролю текущих знаний по дисциплине; подготовка к контрольной работе; составление глоссария по изученной теме; разработка видео-компьютерных презентаций по изученной теме	5	9
Итого:			45	84

4.7. Курсовые работы (учебным планом не предусмотрены).

5. Методическое обеспечение, образовательные технологии

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

Проблемное обучение: создание в процессе чтения лекций проблемных ситуаций и организация активной самостоятельной деятельности студентов с целью выявления условий или перспектив развития маркетинга в той или иной отрасли;

Коллективный тренинг: коллективное занятие по заранее разработанному сценарию с использованием активных методов обучения. Различают несколько видов коллективных тренингов: дискуссия, круглый стол, ролевая и деловая игра.

Разноуровневое обучение: используется при разработке заданий разного уровня для подготовки к семинарским заданиям.

Проектные методы обучения и обучение в сотрудничестве (командная работа): используется при подготовке к семинарским занятиям. Студенты распределяются на 3-4 подгруппы с целью разработки творческого проекта «День открытых дверей университета» в виде презентации (Microsoft PowerPoint) и текстового документа (Microsoft Word).

Штудирование учебного материала: подготовка конспекта, логической схемы изучаемого материала, выучивание глоссария (словарь терминов), изучение алгоритмов решения типовых задач модуля. Занятие проводится в рамках самостоятельной работы обучающегося.

Информационные технологии: использование при чтении лекций мультимедийных лекций в программе Microsoft PowerPoint.

6. Формы контроля освоения учебной дисциплины

Текущая аттестация студентов производится в дискретные временные интервалы преподавателем в следующих формах: устный опрос, промежуточные срезы, подготовка докладов, рефератов, мультимедийных презентаций, решение ситуативных задач и кейсов, выполнение проектных работ (в рамках семинарских занятий); контрольная работа, экзамен. Критерии оценки учитывают результаты посещаемости лекций, выполнения практических заданий, выполнения контрольной работы, итоги выполнения заданий самостоятельной работы. Это позволяет создать объективную картину освоения студентами дисциплины и учитывается на экзамене.

Промежуточный контроль по результатам освоения дисциплины проходит в форме устного экзамена, включает в себя ответ на теоретические вопросы, подкрепляемые примерами из практики, выполнением практических заданий.

Система оценивания учебных достижений студентов, оценочные средства представлены в фонде оценочных средств к рабочей программе учебной дисциплины (приложении).

7. Учебно-методическое и программно-информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. 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>

2. Зинченко В.О. Имидж образовательной организации: учебно-методическое пособие / В.О. Зинченко; ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ». – Луганск, Книта, 2021. – 220 с.

3. Имидж. Искусство и реальность: Учебное пособие для студентов вузов / Горчакова В.Г. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 279 с.: 60x90 1/16

(Обложка) ISBN 978-5-238-01930-7 - Режим доступа:
<http://znanium.com/bookread2.php?book=872659>

4. Щеклеина, С.Н. Управление сайтом образовательной организации [Электронный ресурс] : учебное пособие / С.Н. Щеклеина, В.В. Шабардин и др. - Киров: Тип. Старая Вятка, 2014. - 105 с. - ISBN 978-5-91061-396-0. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=526525>

б) дополнительная литература:

1. Алимаева О.И. Управление образовательной организацией в динамичной среде : учебно-методическое пособие для студентов, обучающихся по основной образовательной программе магистратуры по направлению подготовки 38.04.02 – Менеджмент, профилю «Менеджмент в образовании» / Алимаева О.И., Вакулич Н.Р., Медведева Н.В.. — Саратов : Издательство Саратовского университета, 2019. — 122 с. — ISBN 978-5-292-04615-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/99044.html>

2. Белобрагин В.В. Психология имиджа : учебно-методическое пособие / Белобрагин В.В.. — 2-е изд. — Москва : Научный консультант, 2024. — 72 с. — ISBN 978-5-6040635-4-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/140325.html>

3. Белова С.В. Имидж образовательного учреждения // Материалы IX Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум» Режим доступа: <https://scienceforum.ru/2017/article/2017037784>

4. Коблева, А.Л., Маслова, Т.Ф. Маркетинг образовательных услуг: функции, технологии и опыт : учебное пособие / А.Л. Коблева, Т.Ф. Маслова. — Ставрополь : Ставролит, 2019. — 116 с. — Режим доступа: https://stavirorp.k.ru/attachments/article/138/Маркетинг_%202019%20г..pdf

5. Опфер Е.А. Имидж современного педагога : учебное пособие для студентов направления «Педагогическое образование» / Опфер Е.А.. — Саратов : Вузовское образование, 2018. — 79 с. — ISBN 978-5-4487-0138-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/72532.html>

в) Интернет-ресурсы:

1. Луганская Республиканская универсальная научная библиотека им. М. Горького: официальный сайт. — URL: <https://lib-lg.com/>

2. Научная библиотека ФБГОУ ВО «ЛГПУ»: официальный сайт. — URL: <https://lib.lgpu.org/>

3. Научная электронная библиотека «eLibrary»: официальный сайт. — URL: <https://www.elibrary.ru/>

4. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка»: официальный сайт. — URL: <https://cyberleninka.ru/>

5. Российская государственная библиотека: официальный сайт. — URL: <https://www.rsl.ru/>

6. Электронно-библиотечная система «Лань»: официальный сайт. – URL: <https://e.lanbook.com>

7. Электронно-библиотечная система IPR SMART: официальный сайт. – URL: <https://www.iprbookshop.ru>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

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

Лекционные занятия: мультимедийная аудитория: компьютер мультимедиа с прикладным программным обеспечением: проектор, колонки, программа для просмотра видеофайлов, система видеомонтажа, интерактивная доска, электронные презентации по темам дисциплины.

Практические занятия: компьютерный класс, презентационная техника (компьютер, проектор, экран), комплект заданий.

В процессе лекционных и практических занятий используется следующее программное обеспечение: программы, обеспечивающие доступ в сеть Интернет («Google», «Chrome»); программы для демонстрации видеоматериалов («Windows Media Player»); программы для демонстрации и создания презентаций («Microsoft PowerPoint»).

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

9. Лист дополнений и изменений

[illegible]