Департамент образования и науки города Москвы

Самарский филиал
Государственного автономного образовательного учреждения
высшего образования города Москвы
«Московский городской педагогический университет»

Факультет педагогики и психологии

Кафедра педагогики

УТВЕРЖДАЮ

Директор СФ ГАОУ ВО МГПУ

_____Г. Е. Козловская

«_____» _____2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Учебной дисциплины «Имидж образовательного учреждения»

Для направления подготовки - 44.04.01 Педагогическое образование

Направленность (профиль) Управление образованием

Уровень магистратуры

Форма обучения - очная

Самара 2025

Программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 44.04.01 «Педагогическое образование»: квалификация (степень) «магистр», утвержденного Приказом Министерства образования и науки РФ от 22.02.2018 № 126

Разработчик: Е.Ю.Сысоева, кандидат педагогических наук, доцент кафедры педагогики СФ ГАОУ ВО МГПУ

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры педагогики

Протокол №____ от _____ г.

И.о.зав. кафедрой: к. пед. н., доцент Никулина Е.Б.

Программа утверждена на заседании Ученого совета факультета педагогики и психологии

Протокол № ___ от _____ г.

Декан факультета: к. и. н., доцент Васильев В.В.

Программа прошла экспертизу учебно-методической комиссии СФ ГАОУ ВО МГПУ

Протокол №___ от _____ г.

Председатель УМК: к.т.н., доцент Кирюков С.Р.

© СФ ГАОУ ВО МГПУ, 2025

© Кафедра педагогики, 2025

Наименование дисциплины (модуля):
«ИМИДЖ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ»

1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)

***Цель дисциплины*:** развитие у студентов личностных качеств, а также общекультурных и профессиональных компетенций в соответствии с ФГОС ВПО, Примерной ОПОП ВПО и прикладными вопросами имиджелогии на федеральном, региональном, муниципальном и собственно уровне образовательного учреждения.

***Задачи дисциплины*:**

- познакомить обучающихся как с теоретическими аспектами имиджа образовательного учреждения, так и с аспектами прикладного характера по дисциплине;
- систематизировать фундаментальные знания о закономерностях формирования имиджа образовательного учреждения, принимая во внимание как психологические, так и социальные факторы;
- познакомить обучающихся с основными методами и условиями формирования имиджа образовательного учреждения и обеспечить необходимый уровень готовности обучающихся к осуществлению научно-исследовательской деятельности по избранной специальности.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Имидж образовательного учреждения» относится к вариативной части и является дисциплиной по выбору (Б1. В.ДВ.4.01). Программа опирается на теоретические знания, полученные обучающимся на предшествующей ступени высшего об образования (бакалавриат), и призвана систематизировать у них представление современных знаний об имидже образовательного учреждения.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Процесс изучения дисциплины (модуля) направлен на формирование следующих компетенций:

- способность осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий (УК-1);
- способность анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия (УК-5);
- способность определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки (УК-6);

В результате изучения учебной дисциплины обучающийся должен:

знать:

- теоретические основы имиджелогии: понятия, теории, принципы, структуру и слагаемые имиджа как социально-культурного феномена;
- основные стратегии, алгоритм, технологии и инструментарий построения имиджа, в том числе с использованием информационных технологий на основе отечественного и зарубежного опыта;
- критерии и способы оценки с помощью контрольно-измерительных материалов влияния внутренних и внешних факторов имиджа на эффективность деятельности образовательного учреждения;

- возможности современных информационно-коммуникационных технологий (дистанционных, облачных, социальных сетей) и СМИ для решения педагогических и социально-культурных задач;

- способы взаимодействия с участниками образовательного процесса и социальными партнерами, методики проведения культурно-массовых и рекламно-имиджевых мероприятий, самопрезентаций, публичных отчетов и других каналов связи с общественностью в русле стратегии культурно-просветительской деятельности.

уметь:

- применять приобретенные знания в практической деятельности по продвижению имиджа образовательного учреждения;

- осуществлять комплексный анализ и оценку имиджевого профиля образовательного учреждения на основе информационных источников, методов диагностики и контроля;

- использовать современные способы социальных коммуникаций, сетевые ресурсы, для формирования и коррекции имиджа образовательного учреждения.

владеть:

- способностью проектировать имидж образовательного учреждения и оценивать его качество на основе контрольно-измерительных материалов, информационных технологий, с учетом отечественного и зарубежного опыта;

- готовностью разрабатывать имиджевые стратегии на основе использования современных информационно-коммуникационных технологий и СМИ для решения культурно-просветительских задач образовательного учреждения;

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Вид учебной работы	Всего часов/ зачетных единиц	Семестр
Контактная работа (всего)	**18**	**3**
В том числе:		
Лекции	**6**	
Практические занятия	**12**	
Самостоятельная работа (всего)	**90**	
Вид промежуточной аттестации	**зачет**	
Общая трудоемкость часы	**108**	
зачетные единицы	**3**	

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий

5.1. Разделы дисциплин и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (элемента модуля)	Лекции	Практические занятия	СРС	Всего
1.	Предмет, задачи и методы имиджелогии в контексте образовательного учреждения.	2	2	22	26
2.	Формирование имиджа образовательного учреждения как управленческое новшество.	2	4	22	28

3.	Выработанный имидж образовательного учреждения как показатель развития ведущих категорий.	2	4	22	28
4.	Стадии развития имиджа, понятие «корпоративная культура».	-	2	24	26
Итого		6	12	90	108

5.2. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (элемента модуля)	Содержание раздела
1	Предмет, задачи и методы имиджелогии в контексте образовательного учреждения	Теоретические основы имиджелогии. Понятия, теории, принципы, структура и слагаемые имиджа как социально-культурного феномена. Имиджелогия как вид управленческой и творческой деятельности.
2	Формирование имиджа образовательного учреждения как управленческое новшество	Основные стратегии, алгоритм, технологии и инструментарий построения имиджа, в том числе с использованием информационных технологий на основе отечественного и зарубежного опыта. Механизмы управления имиджем образовательного учреждения. Имидж, брендбук и репутация образовательного учреждения.
3	Выработанный имидж образовательного учреждения как показатель развития ведущих категорий	Содержательные компоненты имиджа образовательного учреждения: постоянные и переменные. Внешние и внутренние составляющие имиджа, эффект «позиционирования», образ педагога, выпускника, руководителя. Критерии и способы оценки с помощью контрольно-измерительных материалов влияния внутренних и внешних факторов имиджа на эффективность деятельности образовательного учреждения.
4	Стадии развития имиджа, понятие «корпоративная культура»	Этапы формирования имиджа образовательного учреждения. Способы управления внутренней и внешней средой образовательного учреждения. Технологии формирования и поддержания корпоративной культуры в образовательном учреждении.

5.3 Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины (дисциплинарного модуля)

Наименование дисциплинарного модуля	Количество часов/зачетных единиц	Формируемые компетенции	Общее количество компетенций
Предмет, задачи и методы имиджелогии в контексте образовательного учреждения	26	УК-1 УК-5 УК-6	3
Формирование имиджа образовательного учреждения как управленческое новшество	28		
Выработанный имидж образовательного учреждения как показатель развития ведущих категорий	28		
Стадии развития имиджа, понятие «корпоративная культура»	26		

6. Образовательные технологии

Вид занятия (лекционное, практическое, лабораторное)	Тема занятия	Образовательные технологии (в том числе интерактивные)	Объем, ауд. часов/в том числе в интерактивной форме*
Лекция	Предмет, задачи и методы имиджелогии в контексте образовательного учреждения	Объяснительно-иллюстративный метод обучения с элементами проблемного изложения. Лекции- презентации.	2/1
Семинар		Изучение фактов в проблемном плане, моделирование ситуаций, метод проектов.	2/2
СРС		Индивидуальные аудиторные и внеаудиторные практикумы.	26
Лекция	Формирование имиджа образовательного учреждения как управленческое новшество.	Объяснительно-иллюстративный метод обучения с элементами проблемного изложения. Лекции- презентации.	2/1
Семинар		Изучение фактов в проблемном плане, моделирование ситуаций, метод проектов.	4/4
СРС		Индивидуальные аудиторные и внеаудиторные практикумы	28
Лекция	Выработанный имидж образовательного	Лекция прпезентация	2/2
СРС		Самостоятельная работа с	28

	учреждения как показатель развития ведущих категорий.	Интернет-ресурсами, подготовка сообщений	
Семинар	Стадии развития имиджа, понятие «корпоративная культура».	Мозговой штурм	2/2
СРС		Самостоятельная работа в научной библиотеке	26
Итого			108/12

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

В изучении данного курса предполагается использование принципов проблемного и личностно-развивающего обучения.

Проблемная лекция. Основная задача лектора заключается не только в передаче информации, но и в приобщении обучающихся к объективным противоречиям научного знания. Знания в проблемной лекции не даются в готовом виде, а вводятся как неизвестное в виде проблем (содержательного противоречия). У обучающегося при разрешении проблемы возникает иллюзия "открытия" уже известного в науке, т. е. он не просто перерабатывает и усваивает информацию, а переживает ее освоение как субъективное открытие неизвестного для себя знания. Используются Интернет – ресурсы.

Лекция-визуализация *(с использованием презентаций).* Её применение связано, с одной стороны, с реализацией принципа проблемности, а с другой - с реализацией принципа наглядности. Основной акцент в этой лекции делается на более активном включении в процесс мыслительной работы зрительных образов.

Под визуализацией понимается процесс преобразования вербальной информации в визуальную (наглядную) форму и использование подобной информации в процессе коммуникации. Обязательным условием проведения данной лекции является применение различных типов наглядности - натуральной, изобразительной, символической в сочетании с использованием различных технических средств. Методика чтения этой лекции предполагает предварительную подготовку наглядных материалов, предъявляемых с помощью технических средств или иным образом (презентации), которые сопровождаю все ее содержание. Чтение лекции осуществляется как комментирование визуальных материалов. Процесс визуализации лекционного материала, раскодирование его слушателями всегда порождает проблемную ситуацию, решение которой связано с анализом, синтезом, обобщением, свертыванием и развертыванием информации, т.е. с операциями активной мыслительной деятельности.

Лекция-визуализация наиболее эффективна для введения обучающегося в определенную тему, раздел, дисциплину как способ создания проблемной ситуации и психологической установки на их изучение. Он может использоваться для диагностики и развития навыков восприятия, понимания и оценки визуальной информации.

Практические занятия направлены на изучение в систематическом виде основных представлений о природе субъективной реальности человека, ее специфике, структуре, феноменологии, условиях функционирования и развития. Большое внимание уделяется системе категорий и понятий, с помощью которых психология стремится выразить все многообразие проявлений внутреннего мира человека. При построении планов практических занятий необходимо стремиться к тому, чтобы дать возможность обучающимся более полно раскрыть методологические и теоретические положения лекционного курса, научиться самостоятельно работать с научной литературой, научиться анализировать процессы становления и развития психических явлений и процессов с учетом основных методологических принципов науки, ориентироваться в психологии человека, чтобы понимать и объяснять особенности ее проявлений в действиях, поступках, поведении реальных людей, и на этой основе научиться правильно, взаимодействовать с ними в повседневной практике, отбирать адекватные психолого-

педагогическим задачам методы исследования, анализировать собственную деятельность с целью ее совершенствования и повышения квалификации. Основным методом является проектный. Обучающиеся моделируют учебные ситуации, составляют сопровождающие программы, защищают их на практических занятиях.

Индивидуальные практикумы. Под ними понимается самостоятельная аудиторная и внеаудиторная работа обучающихся по заданию преподавателя. Основное назначение этого метода - развитие способностей и выработка стиля учебной деятельности у обучающихся. В учебном процессе по изучению данной дисциплины мы рекомендуем применять *индивидуальные практикумы* в двух видах: *упражнения* (или *тренировка)* и *задания.*

Индивидуальные задания предлагаются *двух* видов:

1. Аудиторные индивидуальные задания:

- *творческие,* позволяющие обучающимся использовать свои знания и умения в новой ситуации, при поиске оригинального решения знакомой задачи (вопросы для самоконтроля, психологические задачи);
- *поисковые,* дающие обучающимся возможность на основе анализа из нескольких вариантов выбрать один и обосновать этот выбор (практикум в электронном варианте).

2. Внеаудиторные индивидуальные задания: применяются в форме подготовки обучающимися научных докладов, рефератов, к участию в коллоквиуме, конспектирование литературы. Данный метод наиболее эффективен, когда обучающиеся психологически подготовлены к исследовательской работе; они ясно представляют цели, задачи и пути решения данной проблемы; проблема имеет социальную ценность и практическую значимость.

Образовательные технологии, применяемые в учебном процессе, подразделяются на активные и интерактивные.

Активное обучение – это организация и ведение образовательного процесса, которое направлено на активизацию учебно-познавательной деятельности обучающихся, посредством комплексного использования дидактических и организационно-управленческих средств, широкое использование различных средств и методов активизации.

Активные методы обучения:

- совокупность приемов и подходов, отражающих форму взаимодействия обучающихся и преподавателя в процессе обучения;
- способы и приемы педагогического воздействия, которые побуждают обучающихся к мыслительной активности, к проявлению творческого, исследовательского подхода и поиску новых идей для решения разнообразных задач учебной и научно-исследовательской деятельности.

Активные формы проведения занятий – это такие формы организации образовательного процесса, которые способствуют разнообразному (индивидуальному, групповому, коллективному) изучению (усвоению) учебных вопросов (проблем), активному взаимодействию обучающихся и преподавателя, живому обмену мнениями между ними, нацеленному на выработку правильного понимания содержания изучаемой темы и способов ее практического использования.

Интерактивное обучение – это специфически организованное взаимодействие преподавателя и обучающегося, особенности которого состоят в следующем:

– пребывание субъектов образования в одном смысловом пространстве;

– совместное погружение в единое творческое пространство;

– согласованность в выборе средств и методов разрешения проблемы;

– совместное вхождение в близкое эмоциональное состояние, переживание созвучных чувств, сопутствующих принятию и осуществлению решения проблем.

Суть интерактивного обучения состоит в том, что учебный процесс организован таким образом, что практически все обучающиеся оказываются вовлеченными в процесс

познания, участвуют в процессах рефлексии и саморефлексии по поводу того, что они знают и думают. Совместная деятельность обучающихся в процессе познания, освоения учебного материала означает, что каждый вносит свой особый индивидуальный вклад, идет обмен знаниями, идеями, способами деятельности. Понятие «интерактивные технологии» рассматривается как современный этап развития активных методов обучения.

Самостоятельная работа обучающихся – это планируемая работа, выполняемая по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Она способствует углублению и расширению знаний, формированию интереса к познавательной деятельности, овладению приемами процесса познания, развитию познавательных способностей.

Самостоятельная работа обучающихся подразделяется на аудиторную и внеаудиторную.

Контактную самостоятельную работу составляют различные виды контрольных, творческих и практических заданий во время семинаров (практических занятий), лекций.

Внеаудиторная самостоятельная работа традиционно включает такие формы, как выполнение письменного домашнего задания, подготовка к разбору ранее прослушанного лекционного материала на практическом занятии, подготовка доклада, выполнение реферата, курсового проекта и др. Основными критериями качества организации самостоятельной работы служит наличие контроля результатов самостоятельной работы и технических условий выполнения заданий.

Организация самостоятельной работы может идти одновременно по нескольким направлениям:

- индивидуализация самостоятельных работ,
- обеспечение методической и справочной литературой,
- применение компьютерных технологий и т. д.

Поиск обучающимися информации, задания на поиск и обработку информации включает:

- написание реферата-обзора; эссе.
- подготовку презентации по проведенному исследованию,
-подготовку к выступлению на коллоквиуме.

Подготовка реферата.

Реферат — это научная работа обучающегося, поэтому тема реферата должна заключать в себе проблему. Под реферированием понимается анализ опубликованной литературы по проблеме, то есть систематизированное изложение чужих обнародованных мыслей с указанием на первоисточник и в обязательном порядке с собственной оценкой изложенного материала.

Тема реферата должна быть достаточно конкретной, она выбирается из списка, рекомендованного преподавателем; также возможен вариант самостоятельного выбора обучающимся темы, но ему следует эту тему согласовать с преподавателем.

Реферат должен содержать обобщение различных точек зрения по определенной теме. От обычного конспектирования научной литературы реферат отличается тем, что в нем излагаются (сопоставляются, оцениваются) различные точки зрения на анализируемую проблему и при этом составитель реферата определяет свое отношение к рассматриваемым научным позициям, взглядам или определениям, принадлежащим различным авторам. Исследовательский характер реферата представляет его основную научную ценность.

Реферат состоит из следующих основных частей:

- введения;
- основной части;
- заключения;
- списка использованной литературы (не менее 10 источников).

Во введении раскрывается значение и актуальность выбранной темы, определяется место проблемы в системе психологических знаний.

В основной части на основе анализа литературных источников излагаются и обобщаются различные точки зрения на исследуемую проблему, высказывается и обосновывается собственная точка зрения, выполняющего работу.

В заключении формулируются краткие выводы по изложенному материалу и приводится собственная точка зрения на представленные в работе проблемы.

Объем реферата 12–15 страниц машинописного текста.

Написание эссе.

Письменная работа в жанре эссе позволяет автору продемонстрировать свою способность использовать известные теории, концепции, подходы для анализа различных феноменов, а также реальных ситуаций поведения или взаимодействия людей.

Темы эссе, обычно, сформулированы в форме вопроса, либо в формулировке темы отражено некоторое противоречие. Поэтому при выборе вопроса по какой-либо тематике, прежде чем составлять план текста, следует убедиться в том, что вы правильно поняли суть проблемы, отраженной в названии. Далее необходимо будет выбрать вариант интерпретации или подхода, которому вы будете следовать. Автор должен продемонстрировать не только теоретические знания, но и умение их применить для анализа конкретной ситуации, сложившейся на практике.

Эссе должно иметь четкую структуру и включать следующие разделы:

- оглавление,
-введение,
- основную часть (главы, разделы),
-заключение,
- приложения (если они необходимы),
- список литературы.

Введение. Цель введения заключается в обосновании актуальности темы и определении цели и задач эссе. Введение должно включать краткое изложение подхода к ответу на вопрос или проблему, обозначенные в названии. Полезно также дать краткие определения ключевых терминов, используемых в работе.

Основная часть. Обычно вопросы и задания, ставящиеся перед вами в процессе написания эссе, требуют аналитических ответов, т. е. поиска объяснения: почему что-то происходит (по какой причине) и как это происходит (процессы, механизмы), причем ответ требует не простого описания фактов или обобщения того, что сказано другими. Естественно, факты наряду с имеющимися точками зрения по данной проблеме представляют чрезвычайно важное значение. Тем не менее, все это - лишь часть исходного материла, который используется вами при ответе, но не является ответом на сам поставленный вопрос.

Основная часть предполагает развитие вашей аргументации и анализа, а также обоснование их, исходя из имеющихся данных, других аргументов и позиций по этому вопросу. В этом заключается основное содержание вашего эссе, включающего четкую последовательность аргументации. Аргументы должны подкрепляться ссылками на основные положения выбранных теоретических подходов и концепций, на работы известных авторов, на конкретные данные эмпирических исследований. Полезно использовать собственный практический опыт, но при этом следует быть уверенным, что он соответствует рассматриваемой ситуации.

Заключение. Заключение представляет собой выводы, сделанные на основании материала, изложенного в работе. Заключительная часть эссе может включать краткое изложение ваших основных аргументов.

Главная задача при написании эссе заключается в том, чтобы выработать аргументацию, отшлифовать основные мысли и расположить их в строгой

последовательности, сопровождая их иллюстративными материалами или вспомогательными данными и т. д.

Критерии, используемые при оценке эссе:

- степень решения поставленных в эссе целей и задач;
- степень аргументированности позиции;
- логичность и последовательность изложения;
- оригинальность и самостоятельность в изложении материала;
- формулировка четких и конкретных выводов;
- характер привлекаемой литературы;
- корректность в оформлении ссылок на литературу.

Минимальный объем эссе (без учета титульной страницы, содержания и списка литературы) - не менее 10 страниц машинописного текста.

***Отработка пропущенных занятий**:* все задолженности по выполнению учебной программы дисциплины должны быть отработаны обучающимся до консультации, перед экзаменом. Пропуски занятий предполагают самостоятельное написание всех лекций, выполнение всех практических заданий, обсуждаемых на семинаре, и написание всех форм контроля знаний, предусмотренных учебной программой.

При подготовке преподавателя к аудиторным занятиям он должен разработать план и сформировать замысел семинара (практического занятия, презентаций докладов, аналитической работы, решения задач), изучить литературу, подготовить перечень решаемых задач и заданий, отработать для себя лично наиболее важные и сложные моменты темы. Обязательным условием успешного проведения семинарских и практических занятий является домашняя подготовка к ним обучающихся. Тематика семинара в основных пунктах совпадает с тематикой предшествующей лекции, однако предполагает более глубокое и подробное освоение материала. Цель проведения практических занятий заключается в закреплении полученных теоретических знаний на лекциях и в процессе самостоятельного изучения обучающимися специальной литературы. В обязанности преподавателя входят оказание методической помощи и консультирование обучающихся по соответствующим темам курса. На каждой лекции преподаватель диктует ряд вопросов, которые необходимо подготовить к следующему занятию, а также рекомендует дополнительную литературу, способную оказать содействие в процессе этой подготовки.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья рекомендуем использовать диктофоны, для слабослышащих и лиц с затруднением в передвижении - информационно-методические блоки (схемы, таблиц, конспекты), печатные материалы. Людям с нарушением координации движения предлагаем индивидуальный график освоения образовательной программы.

7.1. Планы практических занятий

1. Предмет, задачи и методы имиджелогии в контексте образовательного учреждения (4 часа)

- теоретические основы имиджелогии;
- понятия, теории, принципы, структура и слагаемые имиджа как социально-культурного феномена;
- имиджелогия как вид управленческой и творческой деятельности.

2. Формирование имиджа образовательного учреждения как управленческое новшество (4 часа)

- основные стратегии, алгоритм, технологии и инструментарий построения имиджа, в том числе с использованием информационных технологий на основе отечественного и зарубежного опыта;

- механизмы управления имиджем образовательного учреждения;
- имидж, брендбук и репутация образовательного учреждения.

3. Выработанный имидж образовательного учреждения как показатель развития ведущих категорий (4 часа)

-содержательные компоненты имиджа образовательного учреждения: постоянные и переменные;
-внешние и внутренние составляющие имиджа, эффект «позиционирования», образ педагога, выпускника, руководителя;
- критерии и способы оценки с помощью контрольно-измерительных материалов влияния внутренних и внешних факторов имиджа на эффективность деятельности образовательного учреждения
.

4. Стадии развития имиджа, понятие «корпоративная культура» (2 часа)

- этапы формирования имиджа образовательного учреждения;
- способы управления внутренней и внешней средой образовательного учреждения;
- технологии формирования и поддержания корпоративной культуры в образовательном учреждении.

7.2. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Темы для рефератов, докладов, презентаций и эссе

1. Имиджелогия как междисциплинарная наука.
2. История имиджелогии как науки: основные этапы развития.
3.Трансформация представлений об имидже в XX и XXI вв.
4.Теоретико-методологические основы имиджелогии: объект, предмет, цели, задачи, принципы и факторы.
5.Сравнительный анализ понятий: имидж, образ, облик, подобие.
6. Имидж: понятие, структура и содержание, слагаемые и функции.
7. Имидж как система и процесс.
8. Паспорт имиджа.
9. Типология имиджей.
10. Роль стереотипов и установок в создании и восприятии имиджа.
11. Визуальное, вербальное, событийное, контекстное измерения имиджа.
12. Имидж, этикет и протокол.
13. Вербальный имидж и его роль.
14. Приемы риторики как средство управления имиджем.
15. Речевой этикет (приветствия, представления, знакомства, обращения) в современной деловой среде.
16. Публичное выступление: подготовка и организация.
17. Самопрезентация: содержание, технологии, эффективность.
18. Алгоритм самопрезентации в контексте требований современного рынка труда.
19. Неречевое общение и его влияние на имидж.
20. Визуальный компонент имиджа.
21. Имидж руководителя как интегральный социальный образ.
22. Восприятие имиджа руководителя в коллективе.
23. Организационная культура и имидж руководителя.
24. Культурно-этические проблемы формирования имиджа руководителя.
25. Стратегия построения персонального имиджа руководителя.
26. Компоненты имиджа руководителя: личностный, социальный, профессиональный.
27. Свойства имиджа руководителя - адекватность, устойчивость, целостность,

презентабельность.
28. Понятие и сущность корпоративного имиджа, функции и структура.
29. Имидж образовательного учреждения в контексте современного рынка услуг.
30. Внешний и внутренний имидж образовательного учреждения.
31. Взаимосвязь внутреннего имиджа образовательного учреждения и корпоративной культуры.
32. Роль внешних атрибутов образовательного учреждения (эмблема, слоган, логотип и т. д.) в формировании корпоративного имиджа.
33. Управление корпоративным имиджем как коммуникативный процесс.
34. Управление корпоративным имиджем в кризисной ситуации.
35. Социальный имидж образовательного учреждения (функции, структура и содержание).
36. Роль PR-действий в формировании корпоративного имиджа.
37. Фирменный стиль как средство построения имиджа образовательного учреждения.
38. Имидж и брендбук.
39. Корпоративный имидж и деловая репутация.
40. Позитивный имидж образовательного учреждения как фактор повышения качества образования.
41. Роль корпоративной культуры в формировании имиджа образовательного учреждения.
42. Технологии формирования и поддержания корпоративной культуры в образовательном учреждении.
43. Корпоративная культура как система: понятие, функции, структура, атрибуты.
44. Принципы корпоративной культуры: корпоративная этика, корпоративная философия, миссия организации.
45. Особенности формирование корпоративной культуры в отрасли «Образование».
46. Организация социального партнёрства как фактор совершенствования имиджа.
47. Использование категорий репутация и имидж для оценки образовательного учреждения.
48. Целенаправленное управление внутренними коммуникациями в целях создания корпоративного имиджа.
49. Стратегии формирования имиджа образовательного учреждения.
50. Особенности формирования имиджа образовательного учреждения методами связей с общественностью.
51. Основные характеристики имиджа вуза и их роль в развитии образовательной организации.
52. Основные характеристики имиджа школы и их роль в развитии образовательной организации.
53. Мониторинг сформированного имиджа: методики оценки и критерии эффективности.
54. Роль персонального имиджа в профессиональной деятельности.
55. Функции персонального имиджа педагога.
56. Имидж современного педагога как условие повышения его профессиональной компетентности.
57. Влияние социальной среды на формирование имиджа педагога.
58. Имиджелогия как вид управленческой и творческой деятельности.
59. Основные имиджевые технологии: имиджмейкинг, имиджирование, имиджбилдинг.
60. Типология средств создания имиджа. Анализ технологий и ресурсов имиджмейкинга.
61. Имидж как объект моделирования. Проблемы формирования и реализации имидж-модели.
62. Техники имиджирования: позиционирование, мифологизация, символизация, детализация, вербализация, визуализация, разрыв стереотипа, трансформация, фреймизация, утрирование, презентация, коррекция и др.
63. Роль внешней и внутренней аудитории в формировании имиджа. Технологии управления внешней средой.

64. Интернет-ресурсы как средство формирования и канал трансляции имиджа.
65. Сайт, блог, аккаунт как инструменты продвижения персонального и корпоративного имиджа.
66. Аналитический этап имиджмейкинга: изучение объекта, оценка аудитории, характеристик объекта, SWOT- анализ, позиционирование и т. п.
67. Формирование имиджа как субъект - субъектное взаимодействие.
68. Стихийность и целенаправленность в формировании имиджа.
69.Использование технологий актёрского тренинга в практике имиджмейкинга.
70. Использование психологического портрета личности в имиджмейкинге.
71. Обеспечение постоянства имиджа. Способы оптимизации и корректировки текущего имиджа.
72. Нейтрализация последствий воздействия «черного» PR средствами имиджбилдинга.
73. Акция как средство управления имиджем. Методы разработки и реализации сценария акции.
74. Технологии самопрезентации при устройстве на работу.
75. Структурный подход к формированию имиджа.

Вопросы для коллоквиумов

1. Имиджевые регуляторы поведения сотрудников в организации.
2. Корпоративный кодекс: структура и виды.
3. Перфоманс как элемент имиджирования.
4. Корпоративная идентичность и фирменный стиль образовательного учреждения.
5. Специфика имиджа образовательного учреждения в социальных сетях.
6. Нахождение целевых групп имиджа образовательного учреждения.
7.Этно-национальные особенности имиджа и корпоративной культуры: сравнительный анализ.
8. Корпоративная философия, этика и миссия организации.
9.Феномен образовательной и педагогической имиджелогии: типология и технологии.
10. Имидж и деловая репутация образовательной организации: сравнительный анализ.
11. Технологии PR-сопровождения имиджа образовательной организации.
12. Имидж как нематериальный актив и конкурентное преимущество образовательного учреждения.

8. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Промежуточная аттестация обучающихся по дисциплине проводится в соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся Университета и Филиала.

Обучающийся допускается к промежуточной аттестации по дисциплине в случае выполнения им учебного плана по дисциплине. В случае наличия учебной задолженности обучающийся отрабатывает пропущенные занятия в форме, предложенной преподавателем и представленной в настоящей программе.

Оценочные материалы *для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) указан в приложении к рабочей программе дисциплине.*

9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

а) Основная литература

1. Горчакова В. Г. Имидж. Искусство и реальность: учеб. пособие для студентов вузов / В. Г. Горчакова. - М.: Юнити-Дана, 2015.- 279с. URL: http://znanium.com/bookread2.php?book=872659
2. Горчакова В. Г. Имиджелогия. Теория и практика: учебное пособие / В. Г. Горчакова. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 335 с. [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=115022
3. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: Учебное пособие / Шарков Ф.И., - 3-е изд. - М.:Дашков и К, "Издательство Шаркова", 2017. - 270 с.: ISBN 978-5-394-02075-9 - Режим доступа: http://znanium.com/catalog/product/327924
4. Кошлякова М. О. Социальное пространство имиджа: монография / М. О. Кошлякова. - М.: ИНФРА-М, 2016. - 152 с. URL: http://znanium.com/bookread2.php?book=557157
5 Мандель, Б.Р. Современная психология массовых коммуникаций: история, теория, проблематика: учебное пособие для обучающихся в магистратуре / Б.Р. Мандель. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2016. - 438 с.: ил., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-8351-4; то же [Электронный ресурс]. -
URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443847

б) Дополнительная литература

1. Горчакова Р. Р. Особенности формирования корпоративного имиджа / Р. Р. Горчакова // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. Экономика. - 2012. - № 2 (22). - С. 185–192. [Электронный ресурс]. - http://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-formirovaniya-korporativnogo-imidzha#ixzz467EsJnNr.
2. *Дагаева Е. А.* Методология изучения имиджа как социально-психологического феномена / *Е.А. Дагаева* // Психологическая наука и образование. – 2011. – №1. [Электронный ресурс]. - URL: www. http://psyedu.ru/journal/2011/1/2062.phtml.
3. Зиброва Е. А., Чистилина Е.Е. Ценности как основа имиджирования профессиональных образовательных организаций / Е. А. Зиброва, Е.Е. Чистилина //Психология в экономике и управлении. - 2014, №1.- С. 112–116. [Электронный ресурс]. - http://journalpsy.isea.ru/reader/article.aspx?id=19653.
4. Ковалева Е. Н. Имидж организации: концептуализация подходов / Е. Н. Ковалева // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент». - 2015. - № 3. - С. 316–330. - [Электронный ресурс]. - http://openbooks.ifmo.ru/read_economics/13880/13880.pdf.
5. Козьяков Р.В. Психология имиджа. Учебно-методические материалы / Р.В. Козьяков. - М.: Директ-Медиа, 2014. - 17 с. - [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=224731.
6. Мандель, Б.Р. Современные и традиционные технологии педагогического мастерства: учебное пособие для магистрантов / Б.Р. Мандель. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2015. - 260 с.: ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-5973-1; то же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364342
7. Марусева, И.В. Дипломное проектирование в области PR и рекламы: учебное пособие / И. В. Марусева. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2015. - Ч. 2. Практикум. - 751 с.: ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-3961-0; то же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=271838
8. Прохоров А. В. Корпоративная культура как основа имиджа университета / А. В. Прохоров // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Гуманитарные науки. - 2011. - № 4 (20). - С. 50–56. - [Электронный ресурс]. - http://izvuz.pnzgu.ru/files/izvuz.pnzgu.ru/gn_4_2011.pdf.

9. Социально-коммуникативный имидж образовательного учреждения [Образование и общество, №3 (68) май - июнь, 2011, стр. -]Режим доступа: http://znanium.com/catalog/product/
10. Селентьева, Д. О. Политическая имиджелогия: учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры / Д. О. Селентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 193 с. — (Серия: Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00968-2. Режим доступа: https://biblio-online.ru/book/politicheskaya-imidzhelogiya-434299
11. Чумиков, А.Н. Имидж – репутация – бренд: традиционные подходы и новые технологии: сборник статей / А.Н. Чумиков. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2015. - 106 с.: ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-6019-5; то же [Электронный ресурс]. - URL: http://bibliocl

10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Филиал имеет право, при ведении образовательной деятельности, применять электронное обучение и дистанционные образовательные технологии во всех видах образовательной деятельности, включая контактную работу, проведение текущей, промежуточной и государственной итоговой аттестации, а также всех видов практик.

Доступ к изданиям с помощью информационной библиотечной системы филиала МАРК-SQL посредством сети Интернет по адресу: http://library.sfmgpu.ru.

В Университете создана Электронная библиотека, которая регулярно пополняется.

Каждый обучающийся имеет индивидуальный логин и пароль к ЭБС «Университетская библиотека online» и ЭБС ZNANIUM.COM, содержащей издания по основным изучаемым дисциплинам.

Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» (ООО «НексМедиа»)
Договор № 30-140/03-25еп от 20.03.2025 г.
Срок действия с 03.04.2025 по 02.04.2026 г.
http://biblioclub.ru
По индивидуальным логинам и паролям, предоставляемым Исполнителем, из любой точки доступа в сеть Интернет, круглосуточно, без ограничения времени пользования.

Универсальная база данных ООО «ИВИС» (ООО «ИВИС»)
Гражданско-правовой договор на оказание услуг по подключению и обеспечению доступа к электронным БД ООО «ИВИС» № 30-1291/11-24еп от 26.11.2024
Срок действия с 01.01.2025 по 31.12.2025
http:// ebiblioteka.ru
По IP-адресу. Количество подключений – без ограничений.

База данных «Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU» (ООО «РУНЭБ»)
Гражданско-правовой договор на приобретение простой неисключительной лицензии на использование Электронных изданий в составе базы данных «НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА elibrary.ru» № 30-1247/11-24еп от 22.11.2024
Срок действия с 01.01.2025 по 31.12.2025
http://elibrary.ru
По IP-адресу. Количество подключений – без ограничений.

Электронная библиотечная система «ЮРАЙТ» (ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ»)
Договор на оказание услуг по подключению и настройке доступа к образовательной платформе ЮРАЙТ № 30-245/03-24еп от 28.03.2024

Срок действия с 01.12.2024 по 30.11.2025
www.urait.ru
По индивидуальным логинам и паролям, предоставляемым Исполнителем, из любой точки доступа в сеть Интернет, круглосуточно, без ограничения времени пользования.

Электронная библиотечная система «ЭБС ZNANIUM» (ООО «ЗНАНИУМ»)
Гражданско-правовой договор автономного учреждения № 100 от 07.02.2025 г.
Срок действия с 27.03.2025 по 26.03.2026 г.
www.znanium.com
По индивидуальным логинам и паролям, предоставляемым Исполнителем, из любой точки доступа в сеть Интернет, круглосуточно, без ограничения времени пользования

Электронная библиотечная система «ЛАНЬ»
(ООО «Издательство ЛАНЬ»)
Гражданско-правовой договор автономного учреждения № 30-15/01-25еп от 23.01.2025 г.
Срок действия с 23.03.2025 по 22.03.2026г.
https://e.lanbook.com

11. **Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

При проведении занятий со студентами используются инструменты:

- система вебинаров «Мираполис»;
- инструменты VKWorkMail;
- инструменты «Сферум»;
- запись лекций, онлайн-трансляции;
- инструменты Office 365;
- инструменты Yandex.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для реализации образовательных программ филиал располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работы обучающихся, которые предусмотрены учебным планом, и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Библиотека филиала содержит около 50 тысяч единиц хранения, электронный каталог изданий и публикаций насчитывает почти 300 описаний электронных ресурсов, периодических изданий и статей. Библиотека оснащена компьютерной и мультимедийной техникой, а существующий в филиале неограниченный доступ к сети Интернет позволяет обучающимся и преподавателям воспользоваться электронными ресурсами.

Филиал имеет 2 учебных корпуса в городе Самара, на которые оформлены договоры безвозмездного пользования. Общая площадь помещений, используемых для организации учебного процесса, составляет 3803 квадратных метра. Занятия проходят в две смены. Все здания имеют все виды благоустройства и оборудованы системой видеонаблюдения. Все здания и помещения имеют заключения о соблюдении на объекте требований пожарной безопасности и санитарно-эпидемиологические заключения на эксплуатацию. Оформлены паспорта безопасности и паспорта доступности.

В составе используемых помещений имеются аудитории для проведения лекционных, практических и семинарских занятий, самостоятельной работы обучающихся, компьютерные классы, аудитории, оборудованные стационарными мультимедиа проекторами, интерактивными досками, лаборатория «Психология развития», лаборатория «Психология личности», лаборатория «Управление процессами в сфере образования», лаборатория цифровых образовательных технологий, криминалистическая лаборатория, учебный кабинет (зал судебных заседаний), лаборатория гуманитарных технологий и медиакоммуникаций, лаборатория лингвокультуры и языков, лаборатория визуализации культурно-исторического пространства, лаборатория «Юридическая клиника».

В филиале при организации и проведении учебного процесса используется 200 компьютеров, из которых 72 доступны для использования обучающимися в свободное от основных занятий время, 7 серверов. Филиал полностью обеспечен оргтехникой: 9 принтеров, 42 многофункциональных устройств, 3 из которых цветные. Все компьютеры имеют доступ к сети Интернет. В корпусах доступ предоставляется к сети Интернет с помощью оптического канала. Скорость передачи данных составляет до 200 Мбит/сек.

Рабочий и учебный процесс в филиале обеспечивается лицензионным программным обеспечением, используются обучающие компьютерные программы по отдельным дисциплинам и темам, профессиональные пакеты программ по специальностям, программы компьютерного тестирования, программы для решения организационных, управленческих и экономических задач филиала.

Использование дистанционных образовательных технологий в филиале обеспечивается специальными средствами для проведения ВКС.

В настоящее время в филиале оборудованы стационарные мультимедийные аудитории, которые оснащены современным оборудованием: средствами отображения информации в количестве 45 штук (телевизоры – 30, проекторы – 15), интерактивными устройствами – 4 штуки. Имеется передвижной комплекс для проведения видеоконференций.

В настоящее время в филиале функционирует медицинский кабинет, который снабжен необходимым оборудованием, медикаментами и мебелью (Лицензия № ЛО-63-01-003850 от 12.08.2016). Заключен Договор на оказание медицинских услуг с ЧУ ОО ВО «Медицинский университет Реавиз».

Для питания обучающихся и сотрудников организована столовая, которая рассчитана на 262 посадочных места, и ее площадь составляет 230,8 кв.м. Столовая работает в течение всего дня в режиме 6-дневной недели, что позволяет обучающимся любой формы обучения и сотрудникам питаться в удобное время.