

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Имиджелогия

по направлению подготовки: 43.03.01 «Сервис»

по профилю «Сервис в индустрии моды и красоты»

Квалификация выпускника: БАКАЛАВР

Выпускающая кафедра: МТЛП

Кафедра-разработчик рабочей программы: материалов и технологий легкой промышленности

1. Цели освоения дисциплины:

Расширение границ современного гуманитарного знания, усиление их динамичности привели к тому, что многие проблемы стало возможным рассматривать лишь на стыке разнообразных дисциплин. Проблема имиджа, безусловно, относится к числу таких проблем. Именно поэтому основу данной дисциплины, предлагаемой среди других дисциплин студентам отделения «реклама», составили знания из области делового общения, этикета, связей с общественностью, политологии, истории, психологии, журналистики, менеджмента. Дисциплина «Имиджелогия» предназначена для студентов отделения «реклама и связи с общественностью». Цель дисциплины – знакомство с основами имиджелогии: историей имиджа, его современным трактованием, типологией, инструментарием, спецификой в различных сферах деятельности, формами реализации; а также в формировании общепрофессиональных и профессиональных компетенций.

2. Содержание дисциплины «Экономика»

знакомство с основами имиджелогии: историей имиджа, его современным трактованием, типологией, инструментарием, спецификой в различных сферах деятельности, формами реализации; а также в формировании общепрофессиональных и профессиональных компетенций. Изучение дисциплины позволит овладеть необходимыми знаниями и умениями, которые можно применить для освоения последующих дисциплин. В рамках данной дисциплины у студентов формируется умения работать и оптимально общаться с людьми, разрешать конфликтные ситуации и способствовать их предотвращению, полнее реализовывать свои способности и таланты в жизнедеятельности

3. В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

1) Знать:

- основы науки о построении имиджа для решения профессиональных задач; построение имиджевой структуры; инструментарий имиджелогии и методики его использования
- структуру рекламного образа и приемы его создания; активные методы имиджелогии; область коммуникативной деятельности в имеджелогии
- коммуникационный процесс и связи ; знать и создавать технологию взаимопознания, конструктивных взаимоотношений и взаимодействий
- зависимость имиджа от внешних факторов; алгоритм и технологию формирования имиджа региона.

2) Уметь:

- осуществлять выбор форм и методов имиджелогии для построения образа в рекламе; управлять корпоративным имиджем; применять технологии и инструментарий имиджелогии для решения практических задач
- критически оценить свои достоинства и недостатки в соответствии с общепринятыми социальными и культурными нормами; наметить пути и выбрать средства развития достоинств или устранения недостатков; представлять факториальны е теории и самопрезентации
- находить пути решения различных коммуникационных задач, возникающих в момент взаимодействия интересов различных социальных групп; понимать особенности политической коммуникации; обладать знаниями в области делового и повседневного этикета
- анализировать и выявлять положительные и отрицательные черты в известных и сформированных имиджах; решать задачи формирования позитивного имиджа товара, фирмы с использованием необходимых приемов в соответствии с требованием конкретной обстановки; на практике применять приобретенные знания

3) Владеть:

- культурой мышления, способностями к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения в соответствии со сформированными представлениями об имидже

основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, ее использования при анализе создания идеального образа

навыками построения публичных выступлений с использованием электронных средств

- навыками формирования имиджевых стратегий с учетом изменений предпринимательской среды

Зав.каф. МТЛП



Абуталипова Л.Н.