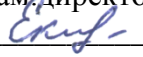



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования
«Сочинский государственный университет» в г. Анапе Краснодарского края

СОГЛАСОВАНО
Зам. директора по УиВР
 Екимова В.В.
«31» августа 2023 г.



УТВЕРЖДАЮ
Директор филиала СГУ в г. Анапе
 Леонова Е.В.
«31» августа 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.06.02 Имиджелогия


Шифр и направление подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело»
Квалификация (степень) выпускника Бакалавр
Профиль подготовки бакалавра «Гостиничная деятельность»
Форма обучения ОФО, ЗФО
Выпускающая кафедра Социально-культурного сервиса и туризма
Кафедра-разработчик рабочей программы Социально-культурного сервиса и туризма
Год набора 2023

Курс/ Семестр	Трудоем- кость (час/зет)	Лекцион. занятий, (час)	Практич. занятий (час)	Лаборат занятий (час)	СРС (час)	КР/КП (час)	Форма промежут. контроля (экз/зачет)
ОФО							
3/6	108/3	16	16		75,75		Зачет с оценкой (0,25)
3/6	108/3	16	16		75,75		Зачет с оценкой (0,25)
ЗФО							
3/6	108/3	10	4	-	90	-	Зачет с оценкой (4)
Итого:	108/3	10	4	-	90	-	Зачет с оценкой (4)

Анапа 2023 г.

Лист согласования рабочей программы дисциплины Б1.В.ДВ.06.02 Имиджелогия
Рабочую программу составил: Белоцерковская Н.В., к.п.н., доцент кафедры
СКСиТ Белоцерковская Н.В.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА РАССМОТРЕНА И ОДОБРЕНА

заведующий кафедрой  / Стародуб К.А. /
/подпись/ /Ф.И.О./


Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины соответствует
библиотечному фонду филиала СГУ в г. Анапе:

Заведующий библиотекой  /Кузнецова Л.Н./

Структура рабочей программы соответствует предъявленным требованиям

Рабочая программа одобрена на заседании Учебно-методического совета направления
УГСН 43.00.00 Сервис и туризм

Протокол № 1 от « 31 » 08 20 23 г.

Председатель УМСН  /подпись/ Екимова В.В. /Ф.И.О./

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Рабочая программа переутверждена на 20__/20__ учебный год.

В программу внесены дополнения и (или) изменения:

(Указывается, в какой раздел программы внесены изменения, основания изменений, а также новая формулировка)

Заведующий кафедрой _____

подпись

Стародуб К.А.

ФИО

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	5
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП НАПРАВЛЕНИЯ.....	5
3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	6
4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	8
4.1 Тематический план дисциплины.....	8
4.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	19
4.3 Текущая и промежуточная аттестации по дисциплине.....	21
5. УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	23
5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины.....	23
5.2 Организация самостоятельной работы студента по дисциплине.....	24
5.3 Особенности преподавания дисциплины.....	24
5.4 Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	25
5.5 Методическое обеспечение образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.....	25
Приложение. АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	27

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Имиджелогия» является освоение базовых приёмов и техник создания имиджей разных уровней, как эстетически продуманной формы выражения личного достоинства человека или привлекательной репутации конкретного предприятия.

Задачи дисциплины

- актуализировать у обучающихся потребность творчески совершенствовать себя в личностном аспекте;
- научить магистрантов конструировать разнообразные сферы социального общения, возбуждать к себе симпатии, пользоваться уважением;
- показать, что личное обаяние людей можно рассматривать как гарантийный фактор здорового образа жизни;
- продемонстрировать социальную роль имиджелогии.

2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП НАПРАВЛЕНИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТИ)

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Таблица 1 – Дисциплины, участвующие в формировании компетенции

Код и наименование компетенции	Дисциплины, участвующие в формировании компетенции (перечисляются дисциплины, практики, кроме ГЭ, ВКР)
Профессиональные компетенции	
ПК-2. Способен организовать процесс обслуживания на основе нормативно-правовых актов и с учетом запросов потребителей	Б1.В.02 Технологии и организация анимационно-досуговой деятельности в гостиничных и санаторно-курортных предприятиях Б1.В.04 Организация питания в гостиничных комплексах Б1.В.06 Организация обслуживания событийных мероприятий в гостиничном бизнесе Б1.В.08 Организация гостиничного дела Б1.В.10 Технологии гостиничной деятельности Б1.В.11 Основы делового этикета в индустрии гостеприимства Б1.В.12 Основы международного протокола Б1.В.ДВ.02.01 Аксессуары сервис в индустрии гостеприимства Б1.В.ДВ.02.02 Маркетинг гостиничных услуг Б1.В.ДВ.06.01 Реклама и PR в индустрии гостеприимства Б1.В.ДВ.08.01 Организация барного дела Б1.В.ДВ.08.02 Организация ресторанного дела

	Б2.В.02(П) Сервисная практика
ПК-4. Способен обеспечивать координацию деятельности подразделений предприятий индустрии гостеприимства	Б1.В.06 Организация обслуживания событийных мероприятий в гостиничном бизнесе Б1.В.09 Планирование производственно-технологической деятельности средств размещения Б1.В.14 Прикладные методы исследовательской деятельности Б1.В.ДВ.02.01 Аксессуарный сервис в индустрии гостеприимства Б1.В.ДВ.02.02 Маркетинг гостиничных услуг Б1.В.ДВ.05.01 Технология и организация СПА и Велнес услуг в гостиничных комплексах Б1.В.ДВ.05.02 Технология и организация лечебно-оздоровительного туризма Б1.В.ДВ.06.01 Реклама и PR в индустрии гостеприимства Б2.В.01(П) Технологическая практика

3 ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ПК -2, ПК-4.

В результате освоения дисциплины студент должен демонстрировать следующие результаты образования:

Таблица 2 – Компетенции и индикаторы их достижения

Компетенции и индикаторы их достижения		Результат обучения по дисциплине (показатели освоения компетенций)
Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
Профессиональные компетенции		
ПК-2. Способен организовать процесс обслуживания на основе нормативно-правовых актов и с учетом запросов потребителей	ПК-2.1. Организует гостиничное обслуживание на основе нормативно-правовых актов и соответствия системе классификации гостиниц и других средств размещения на уровне подразделений	Знать: специфику организации процессов обслуживания, требования потребителей, нормативно-правовые акты Уметь: организовать процессы обслуживания на основе нормативно-правовых актов Владеть: навыками анализа потребностей туристов, организации процессов обслуживания потребителей

Компетенции и индикаторы их достижения		Результат обучения по дисциплине (показатели освоения компетенций)
Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
	ПК-2.2 Разрабатывает внутренние регламенты и стандарты обслуживания на уровне подразделений гостиничного комплекса	<p>Знать: стандарты обслуживания на уровне подразделений гостиничного комплекса</p> <p>Уметь: разрабатывать внутренние регламенты и стандарты обслуживания на уровне подразделений гостиничного комплекса</p> <p>Владеть: навыками разработки технологической документации на туристские услуги на уровне подразделений гостиничного комплекса</p>
	ПК-2.3 Обеспечивает контроль за выполнением сотрудниками подразделений средств размещения требований нормативно-правовых актов в процессе обслуживания потребителей	<p>Знать: виды и методы контроля за выполнением сотрудниками подразделений средств размещения требований нормативно-правовых актов в процессе обслуживания потребителей</p> <p>Уметь: осуществлять контроль за выполнением сотрудниками подразделений средств размещения требований нормативно-правовых актов в процессе обслуживания потребителей</p> <p>Владеть: навыками контроля за выполнением сотрудниками подразделений средств размещения требований нормативно-правовых актов в процессе обслуживания потребителей</p>
ПК-4. Способен обеспечивать координацию деятельности подразделений предприятий индустрии гостеприимства	ПК-4.1. Осуществляет координацию и контроль деятельности подразделений организации индустрии гостеприимства	<p>Знать: основные методы и приемы координации и контроля деятельности подразделений организаций сферы гостеприимства и общественного питания</p> <p>Уметь: определять цели и задачи управления структурными подразделениями организаций сферы гостеприимства и общественного питания</p> <p>Владеть: основными методами и приемами координации и контроля деятельности подразделений организаций сферы гостеприимства и общественного питания</p>

Компетенции и индикаторы их достижения		Результат обучения по дисциплине (показатели освоения компетенций)
Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
	ПК-4.2 Определяет формы и методы контроля бизнес-процессов подразделений организации индустрии гостеприимства	Знать: формы и методы контроля бизнес-процессов подразделений организации индустрии гостеприимства Уметь: применять формы и методы контроля бизнес-процессов подразделений организации индустрии гостеприимства Владеть: владеть методами контроля бизнес-процессов подразделений организации индустрии гостеприимства
	ПК-4.3 Определяет выявление проблем в системе координации подразделений организации индустрии гостеприимства	Знать: основные проблемы в системе координации подразделений организации индустрии гостеприимства Уметь: предвидеть проблемы в системе координации подразделений организации индустрии гостеприимства Владеть: методами выявления проблем в системе координации подразделений организации индустрии гостеприимства

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Тематический план дисциплины

Количество часов по учебному плану (очная форма обучения)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Всего часов – 108, из них: лекции – 16 часов, практические занятия – 16 часа, самостоятельная работа – 75,75 часов, контроль – 0,25 часа.

Таблица 3 – Распределение фонда времени по темам дисциплины

№ раздела, темы	Наименование модуля (раздела, темы) дисциплины	Всего часов	Виды учебной нагрузки и их трудоемкость, часы			
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	СРС
1	Введение	6	0,5	-		5,75
2	Теоретические основы имиджелогии	8,5	0,5	1		7

3	Имиджелогия в индустрии гостеприимства - отрасль современного человековедения.	9	1	1		7
4	Закономерности формирования и функционирования имиджа	11	2	2		7
5	Когнитивные процессы в основе формирования имиджа	11	2	2		7
6	Механизмы влияния в процессе формирования имиджа	11	2	2		7
7	Имидж и престиж в сфере связей с общественностью. Индивидуальный имидж. Я-концепция и Я-образ.	11	2	2		7
8	Имидж руководителя. Компоненты имиджа руководителя	11	2	2		7
9	Разработка и применение стратегий формирования имиджа	11	2	2		7
10	Значимость имиджа организации и его особенности в современных условиях	9	1	1		7
11	Критерии и показатели эффективности формирования имиджа	9	1	1		7
	ВСЕГО:	107,75	16	16		75,75
	Катт	0,25				
	ИТОГО:	108				

Количество часов по учебному плану (заочная форма обучения)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.
Всего часов – 108, из них: лекции – 10 часов, практические занятия – 4 часа, самостоятельная работа – 90 часов, контроль – 4 часа.

Таблица 3 – Распределение фонда времени по темам дисциплины

№ раздела, темы	Наименование модуля (раздела, темы) дисциплины	Всего часов	Виды учебной нагрузки и их трудоемкость, часы			
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	СРС
1	Введение	8,5	0,5	-	-	8
2	Теоретические основы имиджелогии	9	1	-	-	8
3	Имиджелогия в индустрии гостеприимства - отрасль современного человековедения.	9	1	-	-	8
4	Закономерности формирования и функционирования имиджа	10	1	1	-	8
5	Когнитивные процессы в основе формирования имиджа	8,5	0,5	-	-	8
6	Механизмы влияния в процессе формирования имиджа	9	1	-	-	8

7	Имидж и престиж в сфере связей с общественностью. Индивидуальный имидж. Я-концепция и Я-образ.	9	1	-	-	8
8	Имидж руководителя. Компоненты имиджа руководителя	10	1	1	-	8
9	Разработка и применение стратегий формирования имиджа	12	1	1	-	10
10	Значимость имиджа организации и его особенности в современных условиях	9	1	-	-	8
11	Критерии и показатели эффективности формирования имиджа	10	1	1	-	8
ВСЕГО:		104	10	4		90
	Катт	0,25				
	Зачет с оценкой	3,75				
ИТОГО:		108				

4.1.1 Лекционные занятия (очная форма)

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание
1	Введение	Цели и задачи дисциплины, ее междисциплинарные связи. Место дисциплины в системе подготовки бакалавра. Имиджелогия в индустрии гостеприимства.
2	Теоретические основы имиджелогии	Компоненты имиджа личности. Основные условия формирования имиджа. Теоретические основания имиджа.
3	Имиджелогия в индустрии гостеприимства - отрасль современного человековедения.	Принципы имиджелогии. Приоритетные функции имиджа (ценностные, технологические). Роль механизмов социально-психологического влияния в процессе формирования имиджа.
4	Закономерности формирования и функционирования имиджа	Закономерности формирования и функционирования имиджа. Коммуникационная модель формирования имиджа. Каналы передачи информации. Формирование имиджа как субъект - субъектное взаимодействие. Формирование имиджа как создание социальной реальности в сознании людей. Общественное мнение общественное сознание.
5	Когнитивные процессы в основе формирования имиджа	Когнитивные процессы в основе формирования имиджа. Социальные стереотипы и установки. Эффекты межличностного восприятия. Ошибки восприятия: их предупреждение и преодоление. Механизмы влияния в процессе формирования имиджа.
6	Механизмы влияния в процессе формирования имиджа	Понятие социально-психологического влияния. Убеждение. Внушение. Самопродвижение, заражение, пробуждение импульса к подражанию, принуждение,

		деструктивная критика, игнорирование, манипуляция. Технологии нейролингвистического программирования.
7	Имидж и престиж в сфере связей с общественностью. Индивидуальный имидж. Я-концепция и Я-образ.	Типологии личности как основа для оценки имиджевой предрасположенности потребителей. Тело, лицо, поведение человека как объект его имиджа. Закономерности зрительно восприятия лица фигуры человека. Характеристика стилей одежды. Критерии эффективности индивидуального имиджа.
8	Имидж руководителя. Компоненты имиджа руководителя	Имидж руководителя. Компоненты имиджа руководителя: личностный, социальный, профессиональный. Свойства имиджа руководителя - адекватность, ответственность, устойчивость, целостность, презентабельность.
9	Разработка и применение стратегий формирования имиджа	Направления использования формирования имиджа (оказание индивидуальных услуг, участие в рекламной деятельности, работа в системе связей с общественностью). Характеристика этапов формирования имиджа: изучение объекта, оценка аудитории, коррекция характеристик объекта, символизация, позиционирование, презентация имиджа. Выявление имиджевых качеств объекта. Обеспечение постоянства имиджа. Использование методов активного социально-психологического обучения в формировании имиджа. Оптимизация общения с клиентом.
10	Значимость имиджа организации и его особенности в современных условиях	Степень научной разработанности проблемы корпоративного (организационного имиджа). Социальная природа и функции организационного имиджа: Корпоративная культура - объективная основа единства внутреннего и внешнего имиджа организации. Понятие и структура имиджа организации. Элементы структуры имиджа организации. Достоинства и недостатки в глазах потребителя его товаров (услуг). Разработка мероприятий по нейтрализации недостатков и усиления достоинств фирмы с целью повышения привлекательности ее имиджа. Роль имиджа организации в условиях современного рынка услуг. Внешний и внутренний имидж. Связь внутреннего имиджа с корпоративной культурой. Оптимальная структура внешнего имиджа. Изучение имиджа. Методы оценки. Оптимальная структура имиджа. Имидж руководителя в структуре имиджа организации. Роль внешних атрибутов: эмблема, девиз.
11	Критерии и показатели эффективности формирования имиджа	Организация связей с общественностью. Критерии и показатели эффективности формирования имиджа. Алгоритм совершенствования имиджа. Основные мероприятия по совершенствованию имиджа. Особенности имиджа гостиничного предприятия.

		Критерии эффективности корпоративного имиджа.
--	--	---

4.1.1 Лекционные занятия (заочная форма)

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание
1	Введение	Цели и задачи дисциплины, ее междисциплинарные связи. Место дисциплины в системе подготовки бакалавра. Имиджелогия в индустрии гостеприимства.
2	Теоретические основы имиджелогии	Компоненты имиджа личности. Основные условия формирования имиджа. Теоретические основания имиджа.
3	Имиджелогия в индустрии гостеприимства - отрасль современного человековедения.	Принципы имиджелогии. Приоритетные функции имиджа (ценностные, технологические). Роль механизмов социально-психологического влияния в процессе формирования имиджа.
4	Закономерности формирования и функционирования имиджа	Закономерности формирования и функционирования имиджа. Коммуникационная модель формирования имиджа. Каналы передачи информации. Формирование имиджа как субъект-субъектное взаимодействие. Формирование имиджа как создание социальной реальности в сознании людей. Общественное мнение общественное сознание.
5	Когнитивные процессы в основе формирования имиджа	Когнитивные процессы в основе формирования имиджа. Социальные стереотипы и установки. Эффекты межличностного восприятия. Ошибки восприятия: их предупреждение и преодоление. Механизмы влияния в процессе формирования имиджа.
6	Механизмы влияния в процессе формирования имиджа	Понятие социально-психологического влияния. Убеждение. Внушение. Самопродвижение, заражение, пробуждение импульса к подражанию, принуждение, деструктивная критика, игнорирование, манипуляция. Технологии нейролингвистического программирования.
7	Имидж и престиж в сфере связей с общественностью. Индивидуальный имидж. Я-концепция и Я-образ.	Типологии личности как основа для оценки имиджевой предрасположенности потребителей. Тело, лицо, поведение человека как объект его имиджа. Закономерности зрительно восприятия лица фигуры человека. Характеристика стилей одежды. Критерии эффективности индивидуального имиджа.
8	Имидж руководителя. Компоненты имиджа руководителя	Имидж руководителя. Компоненты имиджа руководителя: личностный, социальный, профессиональный. Свойства имиджа руководителя - адекватность, ответственность, устойчивость, целостность, презентабельность.
9	Разработка и применение стратегий формирования имиджа	Направления использования формирования имиджа (оказание индивидуальных услуг, участие в рекламной деятельности, работа в системе связей с общественностью). Характеристика этапов формирования имиджа: изучение объекта, оценка аудитории, коррекция характеристик объекта,

		символизация, позиционирование, презентация имиджа. Выявление имиджевых качеств объекта. Обеспечение постоянства имиджа. Использование методов активного социально-психологического обучения в формировании имиджа. Оптимизация общения с клиентом.
10	Значимость имиджа организации и его особенности в современных условиях	<p>Степень научной разработанности проблемы корпоративного (организационного имиджа). Социальная природа и функции организационного имиджа:</p> <p>Корпоративная культура - объективная основа единства внутреннего и внешнего имиджа организации.</p> <p>Понятие и структура имиджа организации. Элементы структуры имиджа организации. Достоинства и недостатки в глазах потребителя его товаров (услуг).</p> <p>Разработка мероприятий по нейтрализации недостатков и усилению достоинств фирмы с целью повышения привлекательности ее имиджа.</p> <p>Роль имиджа организации в условиях современного рынка услуг. Внешний и внутренний имидж. Связь внутреннего имиджа с корпоративной культурой.</p> <p>Оптимальная структура внешнего имиджа.</p> <p>Изучение имиджа. Методы оценки.</p> <p>Оптимальная структура имиджа. Имидж руководителя в структуре имиджа организации. Роль внешних атрибутов: эмблема, девиз.</p>
11	Критерии и показатели эффективности формирования имиджа	<p>Организация связей с общественностью.</p> <p>Критерии и показатели эффективности формирования имиджа.</p> <p>Алгоритм совершенствования имиджа. Основные мероприятия по совершенствованию имиджа.</p> <p>Особенности имиджа гостиничного предприятия.</p> <p>Критерии эффективности корпоративного имиджа.</p>

4.1.2 Практические занятия (очная форма)

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание
1	Введение	<p><i>Вопросы для обсуждения:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Имидж как предмет имидж-технологий. 2. Виды имиджа. 3. Субъекты имиджа. 4. Исторические факторы становления имиджелогии как научной области. 5. О роли имиджа в профессиональной деятельности специалистов, работающих в сфере гостеприимства. 6. Условия профессионального развития в области имиджмейкинга.
2	Теоретические основы имиджелогии	<p><i>Вопросы для обсуждения:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Компоненты имиджа личности. 2. Основные условия формирования имиджа. Теоретические основания имиджа. 3. Принципы имиджелогии. 4. Приоритетные функции имиджа (ценностные,

		технологические). 5. Роль механизмов социально-психологического влияния в процессе формирования имиджа.
3	Имиджелогия в индустрии гостеприимства - отрасль современного человековедения.	<i>Вопросы для обсуждения:</i> 1. Внешний и внутренний имидж гостиничного предприятия. 2. Связь внутреннего имиджа с корпоративной культурой. 3. Оптимальная структура внешнего имиджа организации. 4. Изучение имиджа гостиничного предприятия. 5. Факторы оказывающих влияние на формирование имиджа фирмы: внешние и внутренние. Состав внешних и внутренних факторов (миссия фирмы, корпоративная культура, качество продукции, внешняя политика, образ руководителя фирмы и т.д.).
4	Закономерности формирования и функционирования имиджа	<i>Вопросы для обсуждения:</i> 1. Коммуникационная модель формирования имиджа. 2. Каналы передачи информации. 3. Формирование имиджа как субъект -субъектное взаимодействие. 4. Общественное мнение общественное сознание. 5. Содержание понятия «механизм коррекции имиджа фирмы». 6. Разработка мероприятий по нейтрализации недостатков и усиления достоинств гостиницы с целью повышения привлекательности ее имиджа.
5	Когнитивные процессы в основе формирования имиджа	<i>Вопросы для обсуждения:</i> 1. Социальные стереотипы и установки. 2. Эффекты межличностного восприятия. 3. Ошибки восприятия имиджа.
6	Механизмы влияния в процессе формирования имиджа	<i>Вопросы для обсуждения:</i> 1. Понятие социально-психологического влияния. 2. Убеждение. Внушение. Самопродвижение, заражение, пробуждение импульса к подражанию, принуждение, деструктивная критика, игнорирование, манипуляция. 3. Технологии нейролингвистического программирования.
7	Имидж и престиж в сфере связей с общественностью. Индивидуальный имидж. Я-концепция и Я-образ.	<i>Вопросы для обсуждения:</i> 1. Я-концепция и Я-образ. 2. Типологии личности как основа для оценки имиджевой предрасположенности потребителей. 3. Тело, лицо, поведение человека как объект его имиджа. 4. Закономерности зрительно восприятия лица фигуры человека. 5. Характеристика стилей одежды. 6. Критерии эффективности индивидуального имиджа.
8	Имидж руководителя. Компоненты имиджа руководителя	<i>Вопросы для обсуждения:</i> 1. Компоненты имиджа руководителя: личностный, социальный, профессиональный. 2. Свойства имиджа руководителя - адекватность, устойчивость, целостность, презентабельность.
9	Разработка и применение стратегий формирования имиджа	<i>Вопросы для обсуждения:</i> 1. Направления использования формирования имиджа (оказание индивидуальных услуг, участие в рекламной деятельности, работа в системе связей с общественностью). 2. Выявление имиджевых качеств объекта. Обеспечение постоянства имиджа. 3. Использование методов активного социально-психологического обучения в формировании имиджа. 4.

		Оптимизация общения с клиентом.
10	Значимость имиджа организации и его особенности в современных условиях	<i>Вопросы для обсуждения:</i> 1. Степень научной разработанности проблемы корпоративного (организационного имиджа). 2. Социальная природа и функции организационного имиджа: 3. Корпоративная культура - объективная основа единства внутреннего и внешнего имиджа организации. 4. Факторы формирования корпоративной культуры: культура управления, культура производства, культура межличностных отношений на предприятии, культура поведения во внешней среде: культура отношений с потребителями, культура отношений с конкурентами и др.
11	Критерии и показатели эффективности формирования имиджа	<i>Вопросы для обсуждения:</i> 1. Анализ и методы оценки имиджа 2. Способы совершенствования имиджа. 3. Основные мероприятия по совершенствованию имиджа. 4. Критерии эффективности корпоративного имиджа

4.1.2 Практические занятия (заочная форма)

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание
1	Закономерности формирования и функционирования имиджа	<i>Вопросы для обсуждения:</i> 1. Коммуникационная модель формирования имиджа. 2. Каналы передачи информации. 3. Формирование имиджа как субъект-субъектное взаимодействие. 4. Общественное мнение, общественное сознание. 5. Содержание понятия «механизм коррекции имиджа фирмы». 6. Разработка мероприятий по нейтрализации недостатков и усилению достоинств гостиницы с целью повышения привлекательности ее имиджа.
2	Имидж руководителя. Компоненты имиджа руководителя	<i>Вопросы для обсуждения:</i> 1. Компоненты имиджа руководителя: личностный, социальный, профессиональный. 2. Свойства имиджа руководителя - адекватность, устойчивость, целостность, презентабельность.
3	Разработка и применение стратегий формирования имиджа	<i>Вопросы для обсуждения:</i> 1. Направления использования формирования имиджа (оказание индивидуальных услуг, участие в рекламной деятельности, работа в системе связей с общественностью). 2. Выявление имиджевых качеств объекта. Обеспечение постоянства имиджа. 3. Использование методов активного социально-психологического обучения в формировании имиджа. 4. Оптимизация общения с клиентом.
4	Критерии и показатели эффективности формирования имиджа	<i>Вопросы для обсуждения:</i> 1. Анализ и методы оценки имиджа 2. Способы совершенствования имиджа. 3. Основные мероприятия по совершенствованию имиджа. 4. Критерии эффективности корпоративного имиджа

4.1.3 Лабораторные занятия (не предусмотрены планом)

4.1.4 Самостоятельная работа студента (очная форма)

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Вид СРС
1	Введение	<p><i>Задание для самостоятельной работы:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – проработка теоретического материала: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; – подготовка к практическим занятиям: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; <p>- подготовка к дискуссии по теме.</p>
2	Теоретические основы имиджелогии	<p><i>Задание для самостоятельной работы:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – проработка теоретического материала: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; – подготовка к практическим занятиям: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; <p>- подготовка к дискуссии по теме.</p>
3	Имиджелогия в индустрии гостеприимства - отрасль современного человековедения.	<p><i>Задание для самостоятельной работы:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – проработка теоретического материала: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; – подготовка к практическим занятиям: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; <p>- подготовка к дискуссии по теме.</p>
4	Закономерности формирования и функционирования имиджа	<p><i>Задание для самостоятельной работы:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – проработка теоретического материала: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; – подготовка к практическим занятиям: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; <p>- подготовка к дискуссии по теме.</p>
5	Когнитивные процессы в основе формирования имиджа	<p><i>Задание для самостоятельной работы:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – проработка теоретического материала: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; – подготовка к практическим занятиям: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;

		вопросы по теме; - подготовка к дискуссии по теме.
6	Механизмы влияния в процессе формирования имиджа	<i>Задание для самостоятельной работы:</i> – проработка теоретического материала: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; – подготовка к практическим занятиям: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; - подготовка к дискуссии по теме.
7	Имидж и престиж в сфере связей с общественностью. Индивидуальный имидж. Я-концепция и Я-образ.	<i>Задание для самостоятельной работы:</i> – проработка теоретического материала: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; – подготовка к практическим занятиям: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; - подготовка к дискуссии по теме.
8	Имидж руководителя. Компоненты имиджа руководителя	<i>Задание для самостоятельной работы:</i> – проработка теоретического материала: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; – подготовка к практическим занятиям: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; - подготовка к дискуссии по теме.
9	Разработка и применение стратегий формирования имиджа	<i>Задание для самостоятельной работы:</i> – проработка теоретического материала: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; – подготовка к практическим занятиям: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; - подготовка к дискуссии по теме.
10	Значимость имиджа организации и его особенности в современных условиях	<i>Задание для самостоятельной работы:</i> – проработка теоретического материала: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; – подготовка к практическим занятиям: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;

		- подготовка к дискуссии по теме.
11	Критерии и показатели эффективности формирования имиджа	<p><i>Задание для самостоятельной работы:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – проработка теоретического материала: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; – подготовка к практическим занятиям: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; <p>- подготовка к дискуссии по теме.</p>

4.1.4 Самостоятельная работа студента (очная форма)

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Вид СРС
1	Введение	<p><i>Задание для самостоятельной работы:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – проработка теоретического материала: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; – подготовка к практическим занятиям: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; <p>- подготовка к дискуссии по теме.</p>
2	Теоретические основы имиджелогии	<p><i>Задание для самостоятельной работы:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – проработка теоретического материала: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; – подготовка к практическим занятиям: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; <p>- подготовка к дискуссии по теме.</p>
3	Имиджелогия в индустрии гостеприимства - отрасль современного человековедения.	<p><i>Задание для самостоятельной работы:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – проработка теоретического материала: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; – подготовка к практическим занятиям: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; <p>- подготовка к дискуссии по теме.</p>
4	Закономерности формирования и функционирования имиджа	<p><i>Задание для самостоятельной работы:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – проработка теоретического материала: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; – подготовка к практическим занятиям: проработку

		лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; - подготовка к дискуссии по теме.
5	Когнитивные процессы в основе формирования имиджа	<i>Задание для самостоятельной работы:</i> – проработка теоретического материала: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; – подготовка к практическим занятиям: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; - подготовка к дискуссии по теме.
6	Механизмы влияния в процессе формирования имиджа	<i>Задание для самостоятельной работы:</i> – проработка теоретического материала: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; – подготовка к практическим занятиям: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; - подготовка к дискуссии по теме.
7	Имидж и престиж в сфере связей с общественностью. Индивидуальный имидж. Я-концепция и Я-образ.	<i>Задание для самостоятельной работы:</i> – проработка теоретического материала: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; – подготовка к практическим занятиям: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; - подготовка к дискуссии по теме.
8	Имидж руководителя. Компоненты имиджа руководителя	<i>Задание для самостоятельной работы:</i> – проработка теоретического материала: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; – подготовка к практическим занятиям: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; - подготовка к дискуссии по теме.
9	Разработка и применение стратегий формирования имиджа	<i>Задание для самостоятельной работы:</i> – проработка теоретического материала: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; – подготовка к практическим занятиям: проработку лекций, чтение профессиональной литературы,

		периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; - подготовка к дискуссии по теме.
10	Значимость имиджа организации и его особенности в современных условиях	<i>Задание для самостоятельной работы:</i> – проработка теоретического материала: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; – подготовка к практическим занятиям: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; - подготовка к дискуссии по теме.
11	Критерии и показатели эффективности формирования имиджа	<i>Задание для самостоятельной работы:</i> – проработка теоретического материала: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; – подготовка к практическим занятиям: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; - подготовка к дискуссии по теме.

4.1.5 Интерактивные формы занятий

Занятия в интерактивной форме в соответствии с учебным планом не предусмотрены.

4.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

4.2.1 Литература

1. 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. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/44920.html> (дата обращения 25.08.2022). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

2. Беляева, М. А. Азы имиджелогии. 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. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/75000.html> (дата обращения 25.08.2022). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

3. Елкина, М. В. Имиджелогия : учебно-методическое пособие / М. В. Елкина. – Омск : Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, 2013. – 156 с. – ISBN 2227-8397. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/65055.html> (дата обращения 25.08.2022). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

4. Имиджелогия : конспект лекций для студентов, обучающихся по направлению подготовки 51.03.03 «Социально-культурная деятельность», профиль «Постановка и продюсирование культурно-досуговых программ», квалификация (степень) выпускника «бакалавр» / сост. С. В. Андреева. – Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2017. – 72 с. – ISBN 978-5-8154-0400-7. – URL:

<http://www.iprbookshop.ru/76333.html> (дата обращения 25.08.2022). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

5. Ушакова, Н. В. Имиджология : учебное пособие для бакалавров / Н. В. Ушакова, А. Ф. Стрижова. 3-е изд. – Москва : Дашков и К : Ай Пи Эр Медиа, 2017. – 264 с. – ISBN 978-5-394-01942-5. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/57073.html> (дата обращения 25.08.2022). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

4.2.2 Современные профессиональные базы данных (СПБД) и информационные справочные системы (ИИС)

Таблица 4 – Перечень современных профессиональных баз данных (СПБД) и информационные справочные системы (ИИС)

№ п/п	Наименование СПБД
1	Университетская библиотека онлайн : электронно-библиотечная система / ООО «Нексмедиа». – Москва : Директ-Медиа, 2001–. – https://biblioclub.ru/index.php?page=book_blocks&view=main_ub . – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный
2	IPRbooks : электронно-библиотечная система / ЭБС IPRbooks ; ООО «Ай Пи Эр Медиа», электронное периодическое издание « www.iprbookshop.ru ». – Саратов, [2010-]. – URL: http://www.iprbookshop.ru/). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
3	Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки (diss/rsl.ru)(доступ осуществляется с компьютеров, находящихся в читальном зале библиотеки).
Наименование ИИС	
1	Справочная правовая система «Консультант Плюс» - www.consultant.ru ;
2	Электронная библиотека Сочинского государственного университета : база данных. – Сочи, [2017-]. – URL: http://lib.sutr.ru/ – Текст : электронный.

4.2.3 Нормативные документы (при наличии)

1. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе»
2. Федеральный закон от 13 января 1995 г. № 7-ФЗ «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации»
3. Закон РФ от 23 сентября 1992 г. № 3520-1 «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров».
4. Закон РФ от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей»
5. Государственный стандарт РФ ГОСТ Р 52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения» (принят постановлением Госстандарта РФ от 22 апреля 2003 г. № 124-ст).
6. Международный кодекс рекламной практики Международной торговой палаты (МТП).
7. Европейская конвенция о трансграничном телевидении (ETS N 132) (рус., англ.).

4.2.4 Интернет-ресурсы и другие электронные информационные источники

Таблица 5 – Интернет-ресурсы и электронные информационные источники

№ п/п	Наименование интернет-ресурсов и электронных информационных источников
1	Портал ВЦИОМ (социальные, политические, маркетинговые, экспресс- и др. исследования) - http://wciom.ru/
2	Национальная служба мониторинга - www.monitornews.ru
4	Центр социального прогнозирования и маркетинга - http://www.socioprognoz.ru
5	Евразийский монитор – Система регулярных межстрановых опросов Населения - http://www.eurasiamonitor.org
6	ОИРОМ: объединение исследователей рынка и общественного мнения - http://www.oiom.ru/
7	Институт общественного проектирования (занимается комплексными политическими, социологическими и экономическими исследованиями, лекционной и организационной работой, а также издательской деятельностью) - http://www.inop.ru/
8	Российская Ассоциация по связям с общественностью (РАСО) - http://www.raso.ru/
9	Российская Ассоциация студентов по связям с общественностью (РАССО) - http://rasso.ru/
10	Университет МГИМО - http://mgimo.ru/
11	<i>Профессиональный pr-портал Sovetnik.ru</i> - http://www.sovetnik.ru
12	ПОЛИТКОМ: Информационный сайт политических комментариев - http://www.politcom.ru/
13	Каталог образовательных сайтов - educatalog.ru
14	Школа рекламиста (исследования, книги, статьи о рекламе, маркетинге, PR и дизайне) - http://www.advschool.ru/
15	Интернет-портал: «Социология: методическая помощь студентам и аспирантам» - http://www.smolsoc.ru
16	Институт корпоративной культуры - http://www.corpculture.ru/
17	Сборник электронных курсов по психологии - http://www.ido.edu.ru/psychology
18	Электронная библиотека портала - http://www.auditorium.ru
19	Российская государственная библиотека - http://www.rsl.ru/

4.3 Текущая и промежуточная аттестации по дисциплине

Для оценки сформированности компетенций разработаны оценочные средства по дисциплине.

Форма и содержание текущей и промежуточной аттестации по дисциплине раскрывается в фонде оценочных средств, который является отдельным документом.

Оценочные средства по дисциплине содержат:

- материалы для текущего контроля оценки знаний по дисциплине;
- материалы для промежуточного контроля оценки знаний по дисциплине.

Примерные вопросы для подготовки к промежуточной аттестации (зачет с оценкой):

1. Имиджелогия как наука. Функции имиджелогии.
2. История имиджелогии как науки.
3. Имидж и социальный стереотип.
4. Субъекты имиджа.
5. Образный имидж. Создание образа.
6. Основные стили и направления

7. Функции имиджа.
8. Dress-code, look, стиль, мода, образ.
9. Имидж, репутация, имиджирование.
10. Искусство самопрезентации.
11. Имидж персоны.
12. Паспорт имиджа.
13. Понятие имиджа.
14. Исторические корни понятия «имидж».
15. Имидж в структуре коммуникативного пространства гостиничного предприятия.
16. Понятие имиджа и репутации отеля.
17. Роль философии предприятия размещения в создании ее образа в общественном мнении.
18. Функции и основные компоненты корпоративного имиджа.
19. Специфика технологий построения имиджа в отеле.
20. Принципы построения делового имиджа.
21. Основные формы выражения делового имиджа.
22. Понятие имиджа. Структура имиджа и его составляющие.
23. Формы и методы создания имиджа персоны.
24. Субъектно-субъектное взаимодействие в коммуникациях.
25. Типология имиджа. Основания классификации типологии имиджа.
26. Корпоративная культура, миссия, кодекс, специфика работы с персоналом гостиничного предприятия.
27. Персональный деловой имидж: понятие, атрибуты, факторы.
28. Профессиональные качества, знания и навыки, необходимые специалисту по имиджу.
29. Методика работы с клиентом в индустрии гостеприимства.
30. Критерии эффективного имиджирования.

5. УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины

В течение семестра студенты осуществляют учебные действия на лекционных и практических занятиях, усваивают и повторяют основные понятия. Контроль эффективности самостоятельной работы студентов осуществляется путем проверки освоения ими учебных заданий, предусмотренных для самостоятельной отработки.

Преподавание и изучение учебной дисциплины осуществляется в виде лекционных и практических занятий, групповых и индивидуальных форм работы, самостоятельной работы студентов.

Методические рекомендации по подготовке студентов к практическим занятиям

Для лучшего усвоения и закрепления материала по данной дисциплине студентам необходимо научиться работать с литературой. Изучение дисциплины предполагает в том числе отслеживание публикаций в периодических изданиях и работу с Internet.

При подготовке к практическим занятиям студенты должны изучить рекомендованную литературу, ответить на вопросы и выполнить все задания для самостоятельной работы. При подготовке целесообразно на основе изучения рекомендованной литературы выписать в конспект основные понятия и категории по учебной дисциплине, подготовить развернутые планы ответов и краткое содержание выполненных заданий.

Методические рекомендации студентам по организации самостоятельной работы по изучению литературных источников

При организации самостоятельной работы, следует обратить особое внимание на

регулярность изучения литературы. В период изучения литературных источников необходимо так же вести конспект. В случае затруднений необходимо обратиться к преподавателю за разъяснениями.

Методические рекомендации по подготовке к экзамену

При подготовке к зачету с оценкой следует руководствоваться РПД. Студент должен иметь в виду, что некоторые вопросы и темы, имеющиеся в программе, выносятся на самостоятельное изучение.

На зачете с оценкой студент должен показать знание содержания предмета, терминологии, умение свободно оперировать ею. При подготовке к ответу на зачете с оценкой студенту разрешено пользоваться рабочей программой дисциплины. Если студент затрудняется с самостоятельным изложением материала, то преподаватель имеет право задать ему ряд вопросов, побуждающих и направляющих студентов к полному высказыванию по данной теме в случае, если ответы на эту тему исчерпывают тему, оценка за ответ снижается. Высказывания студентов должны соответствовать сути вопроса, быть логически выстроенными, доказательно раскрывать отношение отвечающего к излагаемой проблеме, выявлять личную точку зрения на использование тех или иных положений теоретического курса в практической работе.

Промежуточная аттестация может быть выставлена студенту по результатам федерального интернет тестирования (ФЭПО, интернет тренажеры).

5.2 Организация самостоятельной работы студента по дисциплине

Самостоятельная работа студента является ключевой составляющей учебного процесса, которая определяет формирование навыков, умений и знаний, приемов познавательной деятельности и обеспечивает интерес к творческой работе.

Организация самостоятельной работы студентов осуществляется по трем направлениям:

- определение цели, программы, плана задания или работы;
- со стороны преподавателя студенту оказывается помощь в технике изучения материала, подборе литературы для ознакомления и написания курсовой работы, проекта, реферата;
- контроль усвоения знаний, приобретения навыков по дисциплине, оценка выполненной контрольной и курсовой работы, проекта.

Мерами по обеспечению выполнения обучающимися всех видов самостоятельной работы являются (указать при наличии нижеперечисленных пунктов):

- наличие помещения для СРС;
 - обеспечение средствами вычислительной техники, программное обеспечение;
 - наличие раздаточного материала, комплектов индивидуальных заданий, учебно-методических материалов, тем рефератов со списком рекомендуемой литературы, рекомендаций по решению типовых задач, образцов отчетов о выполнении СРС и т.п.;
- обеспечение учебно-методической и справочной литературой всех видов самостоятельной работы (например, методические указания по выполнению курсовых проектов, работ, РГР, контрольных работ, сборники тестовых заданий, сборники задач по дисциплине).

Дисциплина обеспечена учебно-методической литературой в объеме, достаточном для проведения всех предусмотренных видов учебных занятий.

Каждый обучающийся по дисциплине обеспечен учебно-методической литературой.

5.3 Особенности преподавания дисциплины

В целях максимального усвоения дисциплины используются следующие технологии обучения:

Лекция - учебное занятие, составляющее основу теоретического обучения и дающее систематизированные основы научных знаний по дисциплине, раскрывающее состояние и перспективы развития соответствующей области науки и техники, концентрирующее внимание обучающихся на наиболее сложных, узловых вопросах, стимулирующее их познавательную деятельность и способствующее формированию творческого мышления.

Практическая работа - совместная деятельность студентов в группе под руководством лидера, направленная на решение общей задачи путем творческого сложения результатов индивидуальной работы членов команды с делением полномочий и ответственности.

Самостоятельная работа студента, предусматривает выполнение работы - задание, которое требует от студента воспроизведения и/или обработки полученной ранее информации в форме, определяемой преподавателем, и требующей, как правило, творческого подхода.

Преподавание дисциплины опирается на современный подход к обучению и ориентируется на внесение в процесс обучения новизны, обусловленной особенностями динамики развития жизни и деятельности, спецификой различных технологий обучения и потребностями личности, общества и государства в выработке у обучаемых социально полезных знаний, убеждений, черт и качеств характера, отношений и опыта поведения.

Проведение всех видов занятий при преподавании дисциплины, проведение консультаций, промежуточная и текущая аттестация возможна с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

5.4 Материально-техническое обеспечение дисциплины

При обучении дисциплине используется следующее материально-техническое обеспечение:

1. Аудитории для проведения лекционных и практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, отвечающей всем установленным нормам и требованиям, учебно-наглядными материалами (стенды, презентации по дисциплине, видеофильмы), техническими средствами обучения.

2. Помещение для самостоятельной работы: библиотека, читальный зал: помещение для самостоятельной работы: столы, стулья. Компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» с обеспечением доступа в ЭИОС филиала.

Таблица 6 – Перечень программного обеспечения

№ п/п	Перечень ПО
1	Microsoft Windows Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level
2	Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
3	Dr.Web Desktop Security Suite, LBW-BC-12M-65-A-1
4	Программа EхаHotel
5	АСУ гостиницей «Эдельвейс»
6	ПО Корс-Софт «Мини-Отель Плюс»
7	ПО Корс-Софт «Мини-Кулинария»

При организации занятий, текущей и промежуточной аттестации с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий используются различные электронные образовательные ресурсы и онлайн сервисы, входящие в состав ЭИОС филиала СГУ в г. Анапе.

5.5 Методическое обеспечение образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Условия организации и содержание обучения и контроля знаний инвалидов и обучающихся с ОВЗ по дисциплине определяются программой дисциплины, адаптированной при необходимости для обучения указанных обучающихся.

Организация обучения, текущей и промежуточной аттестации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Исходя из психофизического развития и состояния здоровья студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ, организуются занятия совместно с другими обучающимися в общих группах, используя социально-активные и рефлексивные методы обучения создания комфортного психологического климата в студенческой группе или, при соответствующем заявлении такого обучающегося, по индивидуальной программе, которая является модифицированным вариантом основной рабочей программы дисциплины. При этом содержание программы дисциплины не изменяется. Изменяются, как правило, формы обучения и контроля знаний, образовательные технологии и дидактические материалы.

Обучение студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ также может осуществляться индивидуально и/или с применением дистанционных технологий.

Дистанционное обучение обеспечивает возможность коммуникаций с преподавателем, а так же с другими обучаемыми посредством вебинаров (например, с использованием программы Skype) , что способствует сплочению группы, направляет учебную группу на совместную работу, обсуждение, принятие группового решения.

В учебном процессе для повышения уровня восприятия и переработки учебной информации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ применяются мультимедийные и специализированные технические средства приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с различными нарушениями, обеспечивается выпуск альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт), электронных образовательных ресурсов в формах, адаптированных к ограничениям здоровья обучающихся, наличие необходимого материально-технического оснащения.

Подбор и разработка учебных материалов производится преподавателем с учетом того, чтобы студенты с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения – аудиально (например, с использованием программ-синтезаторов речи).

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ фонд оценочных средств по дисциплине, позволяющий оценить достижение ими результатов обучения и уровень сформированности компетенций, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины, адаптируется для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающимся предоставляется дополнительное время для подготовки ответа при прохождении аттестации.

**Приложение к рабочей программе дисциплины
Б1.В.ДВ.06.02Имиджелогия**

Шифр и направление подготовки	<u>43.03.03 «Гостиничное дело»</u>
Квалификация (степень) выпускника	<u>Бакалавр</u>
Профиль подготовки бакалавра	<u>«Гостиничная деятельность»</u>

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

Б1.В.ДВ.06.02Имиджелогия

наименование дисциплины по учебному плану

Дисциплина части, формируемой участниками образовательных отношений.
статус дисциплины

очная, заочная форма обучения
форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)	3/108
Цель изучения дисциплины	освоение базовых приёмов и техник создания имиджей разных уровней, как эстетически продуманной формы выражения личного достоинства человека или привлекательной репутации конкретного гостиничного предприятия.
Содержание дисциплины (основные темы, разделы, модули)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Введение 2. Теоретические основы имиджелогии 3. Имиджелогия в индустрии гостеприимства - отрасль современного человековедения. 4. Закономерности формирования и функционирования имиджа 5. Когнитивные процессы в основе формирования имиджа 6. Механизмы влияния в процессе формирования имиджа 7. Имидж и престиж в сфере связей с общественностью. Индивидуальный имидж. Я-концепция и Я-образ. 8. Имидж руководителя. Компоненты имиджа руководителя 9. Разработка и применение стратегий формирования имиджа 10. Значимость имиджа организации и его особенности в современных условиях 11. Критерии и показатели эффективности формирования имиджа
Формируемые компетенции (коды)	ПК – 2, ПК-4.
Коды и наименование индикатора достижения компетенции	ПК-2.1. Организует гостиничное обслуживание на основе нормативно-правовых актов и соответствия системе классификации гостиниц и других средств размещения на уровне подразделений ПК-2.2 Разрабатывает внутренние регламенты и стандарты обслуживания на уровне подразделений гостиничного комплекса ПК-2.3 Обеспечивает контроль за выполнением сотрудниками подразделений средств размещения требований нормативно-правовых актов в процессе обслуживания потребителей ПК-4.1. Осуществляет координацию и контроль деятельности подразделений организации индустрии гостеприимства ПК-4.2 Определяет формы и методы контроля бизнес-процессов

	подразделений организации индустрии гостеприимства ПК-4.3 Определяет выявление проблем в системе координации подразделений организации индустрии гостеприимства
Дисциплины, участвующие в формировании компетенции	Б1.В.02 Технологии и организация анимационно-досуговой деятельности в гостиничных и санаторно-курортных предприятиях Б1.В.04 Организация питания в гостиничных комплексах Б1.В.06 Организация обслуживания событийных мероприятий в гостиничном бизнесе Б1.В.08 Организация гостиничного дела Б1.В.10 Технологии гостиничной деятельности Б1.В.11 Основы делового этикета в индустрии гостеприимства Б1.В.12 Основы международного протокола Б1.В.ДВ.02.01 Аксессуарный сервис в индустрии гостеприимства Б1.В.ДВ.02.02 Маркетинг гостиничных услуг Б1.В.ДВ.06.01 Реклама и PR в индустрии гостеприимства Б1.В.ДВ.08.01 Организация барного дела Б1.В.ДВ.08.02 Организация ресторанного дела Б2.В.02(П) Сервисная практика Б1.В.06 Организация обслуживания событийных мероприятий в гостиничном бизнесе Б1.В.09 Планирование производственно-технологической деятельности средств размещения Б1.В.14 Прикладные методы исследовательской деятельности Б1.В.ДВ.02.01 Аксессуарный сервис в индустрии гостеприимства Б1.В.ДВ.02.02 Маркетинг гостиничных услуг Б1.В.ДВ.05.01 Технология и организация СПА и Велнес услуг в гостиничных комплексах Б1.В.ДВ.05.02 Технология и организация лечебно-оздоровительного туризма Б1.В.ДВ.06.01 Реклама и PR в индустрии гостеприимства Б2.В.01(П) Технологическая практика
Образовательные технологии	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа, консультации
Форма промежуточной аттестации (экзамен, зачет с оценкой, зачет)	зачет с оценкой