


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 УРиКО  
  
 В.В. Екимова  
 « 30 » 08 2020 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 СКС и Т

| Семестр/<br>курс | Трудоем-<br>кость<br>(час/зет) | Лекцион<br>занятий,<br>(час) | Практич<br>занятий<br>(час) | Лаборат<br>занятий<br>(час) | СРС<br>(час) | КР/К<br>П<br>(час) | РГР<br>(час) | Форма<br>промежут. контроля<br>(экз/зачет) |
|------------------|--------------------------------|------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|--------------|--------------------|--------------|--|
| <b>ОФО</b>       |                                |                              |                             |                             |              |                    |              |  |
| 6/3              | 108/3                          | 30                           | 14                          |                             | 63,75        |                    |              | Зачет с оценкой<br>(0,25)                  |
| Итого            | 108/3                          | 30                           | 14                          |                             | 63,75        |                    |              | Зачет с оценкой<br>(0,25)                  |
| <b>ЗФО</b>       |                                |                              |                             |                             |              |                    |              |  |
| 6/3              | 108/3                          | 10                           | 4                           |                             | 90           |                    |              | Зачет с оценкой (4)                        |
| Итого            | 108/3                          | 10                           | 4                           |                             | 90           |                    |              | Зачет с оценкой (4)                        |

Анапа 2020 г.


Рабочая программа по дисциплине «Имиджелогия» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО 3++ по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело (уровень ВО бакалавриат), утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 515.

Рабочую программу составили:

  
\_\_\_\_\_ Белоцерковская Н.В., к.п.н., доцент

\_\_\_\_\_ Делиболтоян Э.Б., к.э.н., зам.директора ГК «Альбатрос»

(внешний эксперт)

  
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА РАССМОТРЕНА И ОДОБРЕНА  
на заседании кафедры социально-культурного сервиса и туризма  
Протокол №   1   от «  30  »    08     20    20   г.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ /Стародуб К.А. /  
/подпись/ /Ф.И.О./

Рабочая программа одобрена на заседании Учебно-методического совета направления

Протокол №   1   от «  30  »    08     20    20   г.

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

Структура рабочей программы соответствует предъявленным требованиям

## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Рабочая программа переутверждена на 2021/2022 учебный год, протокол № 1 заседания кафедры от «31» августа 2021г.

В программу внесены дополнения и(или) изменения: Без изменений

Заведующий кафедрой

  
подпись

Стародуб К.А.  
ФИО

Рабочая программа переутверждена на 2021/2022 учебный год.

В программу внесены дополнения и (или) изменения:

Внесены изменения в раздел **5.4. Материально-техническое обеспечение дисциплины:**

п. 3 Перечня ПО заменен на продукт Dr.Web Desktop Security Suite, LBW-BC-12M-65-A-1 в связи с окончанием срока действия лицензионного сертификата на использование продукта Kaspersky Endpoint Security.

Протокол № 6 заседания кафедры от «02» февраля 2022 г.

Заведующий кафедрой

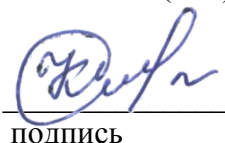
  
подпись

Стародуб К.А.  
ФИО

Рабочая программа переутверждена на 2022/2023 учебный год, протокол № 1 заседания кафедры от 31» августа 2022 г.

В программу внесены дополнения и(или) изменения: без изменений.

Заведующий кафедрой

  
подпись

Стародуб К.А.  
ФИО

## СОДЕРЖАНИЕ

|   |    |
|---|----|
| 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ .....                                    | 5  |
| 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП НАПРАВЛЕНИЯ ВОЗ ++ .....                 | 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 .....         | 28 |
| 4.3 Формы и содержание текущей и промежуточной аттестации по дисциплине ..... | 30 |
| 5 УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ .....                              | 31 |
| 5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины.....         | 31 |
| 5.2 Организация самостоятельной работы студента (СРС) по дисциплине .....     | 36 |
| 5.3 Особенности преподавания дисциплины.....                                  | 37 |
| 5.4 Материально-техническое обеспечение дисциплины .....                      | 37 |
| Приложение АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ .....   | 40 |

## 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 ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП НАПРАВЛЕНИЯ ВО 3++

Дисциплина Б1.В.ДВ.06.02 Имиджелогия относится к Блоку 1 «Дисциплины (модули)», части формируемой участниками образовательных отношений учебного плана, дисциплины по выбору.

Межпредметные связи дисциплины показаны в таблице 1.

Таблица 1

| Наименование категории (группы) компетенций          | Код и наименование компетенции  | Предшествующие дисциплины   | Последующие дисциплины  |
|--|---|---|---|
| <b>Профессиональные компетенции (ПКО, ПКР, ПКУВ)</b> |   |   |   |
| Сервис   | ПКУВ-2. Способен организовать процесс обслуживания на основе нормативно-правовых актов и с учетом запросов потребителей | Б1.В.04 Организация питания в гостиничных комплексах<br>Б1.В.08 Организация гостиничного дела<br>Б1.В.10 Технологии гостиничной деятельности<br>Б1.В.12 Основы международного протокола<br>Б1.В.11 Основы делового этикета в индустрии гостеприимства | Б1.В.ДВ02.01 Аксессуарный сервис в индустрии гостеприимства<br>Б1.В.ДВ.02.02 Маркетинг гостиничных услуг<br>Б1.В.ДВ.08.01 Организация барного дела<br>Б1.В.ДВ.08.02 Организация ресторанного дела<br>Б2.О.02(Пд) Преддипломная практика<br>Б3.О.01(Г) Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена<br>Б3.О.02(Д) Защита ВКР, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты |

|            |   |   |   |
|------------|---|---|---|
| Технологии | ПКУВ-4. Способен обеспечивать координацию деятельности подразделений предприятий индустрии гостеприимства | Нет, так как дисциплина начинает формирование компетенции | Б1.В.09 Планирование производственно-технологической деятельности средств размещения<br>Б1.В.ДВ02.01 Аксессуарный сервис в индустрии гостеприимства<br>Б1.В.ДВ.02.02 Маркетинг гостиничных услуг<br>Б1.В.ДВ.05.01 Технология и организация СПА и Велнес услуг в гостиничных комплексах<br>Б1.В.ДВ.05.02 Технология и организация лечебно-оздоровительного туризма<br>Б2.В.01(П) Организационно-управленческая<br>Б2.О.02(Пд) Преддипломная практика<br>Б3.О.01(Г) Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена<br>Б3.О.02(Д) Защита ВКР, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты |
|------------|---|---|---|

### 3 ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

| Компетенции и индикаторы их достижения               |   |   | В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:   |
|--|---|---|--|
| Категория компетенций                                | Код и наименование компетенции  | Код и наименование индикатора достижения компетенции  |  |
| <b>Профессиональные компетенции (ПКО, ПКР, ПКУВ)</b> |   |   |  |
| Сервис   | ПКУВ-2. Способен организовать процесс обслуживания на основе нормативно-правовых актов и с учетом запросов потребителей | ПКУВ-2.1. Организует гостиничное обслуживание на основе нормативно-правовых актов и соответствия системе классификации гостиниц и других средств размещения на уровне подразделений | <b>Знать:</b> специфику организации процессов обслуживания, требования потребителей, нормативно-правовые акты<br><b>Уметь:</b> организовать процессы обслуживания на основе нормативно-правовых актов<br><b>Владеть:</b> навыками анализа потребностей туристов, организации процессов обслуживания потребителей |

|                |  |  |  |
|----------------|--|--|--|
|                |  | <p>ПКУВ-2.2 Разрабатывает внутренние регламенты и стандарты обслуживания на уровне подразделений гостиничного комплекса</p>  | <p><b>Знать:</b> стандарты обслуживания на уровне подразделений гостиничного комплекса<br/> <b>Уметь:</b> разрабатывать внутренние регламенты и стандарты обслуживания на уровне подразделений гостиничного комплекса<br/> <b>Владеть:</b> навыками разработки технологической документации на туристские услуги на уровне подразделений гостиничного комплекса</p>  |
|                |  | <p>ПКУВ-2.3 Обеспечивает контроль за выполнением сотрудниками подразделений средств размещения требований нормативно-правовых актов в процессе обслуживания потребителей</p> | <p><b>Знать:</b> виды и методы контроля за выполнением сотрудниками подразделений средств размещения требований нормативно-правовых актов в процессе обслуживания потребителей<br/> <b>Уметь:</b> осуществлять контроль за выполнением сотрудниками подразделений средств размещения требований нормативно-правовых актов в процессе обслуживания потребителей<br/> <b>Владеть:</b> навыками контроля за выполнением сотрудниками подразделений средств размещения требований нормативно-правовых актов в процессе обслуживания потребителей</p> |
| Технологи<br>и | ПКУВ-4.<br>Способен обеспечивать координацию деятельности подразделений предприятий индустрии гостеприимства | <p>ПКУВ-4.1. Осуществляет координацию и контроль деятельности подразделений организации индустрии гостеприимства</p>   | <p><b>Знать:</b> основные методы и приемы координации и контроля деятельности подразделений организаций сферы гостеприимства и общественного питания<br/> <b>Уметь:</b> определять цели и задачи управления структурными подразделениями организаций сферы гостеприимства и общественного питания<br/> <b>Владеть:</b> основными методами и приемами координации и контроля деятельности подразделений организаций сферы гостеприимства и общественного питания</p>  |
|                |  | <p>ПКУВ-4.2 Определяет формы и методы контроля бизнес-процессов подразделений организации индустрии гостеприимства</p>   | <p><b>Знать:</b> формы и методы контроля бизнес-процессов подразделений организации индустрии гостеприимства<br/> <b>Уметь:</b> применять формы и методы контроля бизнес-процессов подразделений организации индустрии гостеприимства<br/> <b>Владеть:</b> владеть методами контроля бизнес-процессов подразделений организации индустрии</p>  |

|  |  |  |   |
|--|--|--|---|
|  |  | ПКУВ-4.3 Определяет выявление проблем в системе координации подразделений организации индустрии гостеприимства | гостеприимства<br><b>Знать:</b> основные проблемы в системе координации подразделений организации индустрии гостеприимства<br><b>Уметь:</b> предвидеть проблемы в системе координации подразделений организации индустрии гостеприимства<br><b>Владеть:</b> 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 – 30 часов, практические занятия – 14 часов, самостоятельная работа – 63,75 часа, контроль – 0,25 часа.

| № раздела, темы | Наименование модуля (раздела, темы) дисциплины  | ОФО         |   |                      |                     |      |          |
|-----------------|---|-------------|---|----------------------|---------------------|------|----------|
|                 |   | Всего часов | Виды учебной нагрузки и их трудоемкость, часы |                      |                     |      |          |
|                 |   |             | Лекции  | Практические занятия | Лабораторные работы | СРС  | Контроль |
| 1               | Введение  | 6,75        | 2   | 1                    | -                   | 3,75 |          |
| 2               | Теоретические основы имиджелогии  | 9           | 2   | 1                    | -                   | 6    |          |
| 3               | Имиджелогия в индустрии гостеприимства - отрасль современного человековедения.                      | 9           | 2   | 1                    | -                   | 6    |          |
| 4               | Закономерности формирования и функционирования имиджа   | 9           | 2   | 1                    | -                   | 6    |          |
| 5               | Когнитивные процессы в основе формирования имиджа   | 9           | 2   | 1                    | -                   | 6    |          |
| 6               | Механизмы влияния в процессе формирования имиджа  | 9           | 2   | 1                    | -                   | 6    |          |
| 7               | Имидж и престиж во сфере связей общественностью.<br>Индивидуальный имидж.<br>Я-концепция и Я-образ. | 12          | 4   | 2                    | -                   | 6    |          |
| 8               | Имидж руководителя. Компоненты имиджа руководителя  | 12          | 4   | 2                    | -                   | 6    |          |
| 9               | Разработка и применение стратегий формирования имиджа   | 12          | 4   | 2                    | -                   | 6    |          |



|        |  |      |    |    |   |       |      |
|--------|--|------|----|----|---|-------|------|
| 10     | Значимость имиджа организации и его особенности в современных условиях | 11   | 4  | 1  | - | 6     |      |
| 11     | Критерии и показатели эффективности формирования имиджа                | 9    | 2  | 1  | - | 6     |      |
|        | Катт (зачет с оценкой)   | 0,25 |    |    |   |       | 0,25 |
| ВСЕГО: |  | 108  | 30 | 14 |   | 63,75 | 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.

| № раздела, темы | Наименование модуля (раздела, темы) дисциплины  | ОФО         |   |                      |                     |     |          |
|-----------------|---|-------------|---|----------------------|---------------------|-----|----------|
|                 |   | Всего часов | Виды учебной нагрузки и их трудоемкость, часы |                      |                     |     |          |
|                 |   |             | Лекции  | Практические занятия | Лабораторные работы | СРС | Контроль |
| 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 во сфере связей общественностью.<br>Индивидуальный имидж.<br>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  |   |
|        | Контроль  | 4   |    |   |   |    | 4 |
| ВСЕГО: |   | 108 | 10 | 4 | - | 90 | 4 |
| ИТОГО: |   | 108 |    |   |   |    |   |

#### 4.1.1 Лекционные занятия (очная форма обучения)

| № п/п | Наименование модуля, раздела дисциплины  | Объем часов | Краткое содержание занятия   | Формируемые ЗУН   | Ссылки на литературу |
|-------|--|-------------|--|-------------------|----------------------|
| 1     | Введение   | 2           | Цели и задачи дисциплины, ее междисциплинарные связи. Место дисциплины в системе подготовки бакалавра. Имиджелогия в индустрии гостеприимства.   | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 | 1,2,3,<br>4,5        |
| 2     | Теоретические основы имиджелогии   | 2           | Компоненты имиджа личности. Основные условия формирования имиджа. Теоретические основания имиджа.  | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 | 1,2,3,<br>4,5        |
| 3     | Имиджелогия в индустрии гостеприимства - отрасль современного человековедения. | 2           | Принципы имиджелогии. Приоритетные функции имиджа (ценностные, технологические). Роль механизмов социально-психологического влияния в процессе формирования имиджа.  | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 | 1,2,3,<br>4,5        |
| 4     | Закономерности формирования и функционирования имиджа                          | 2           | Роль механизмов социально-психологического влияния в процессе формирования имиджа. Закономерности формирования и функционирования имиджа<br>Коммуникационная модель формирования имиджа. Каналы передачи информации.).<br>Формирование имиджа как субъект-субъектное взаимодействие. Формирование имиджа как создание социальной реальности в сознании людей. Общественное мнение общественное сознание. | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 | 1,2,3,<br>4,5        |
| 5     | Когнитивные  | 2           | Когнитивные процессы в основе формирования имиджа.   | ПКУВ-             | 1,2,3,<br>4,5        |

|   |  |   |  |                   |               |
|---|--|---|--|-------------------|---------------|
|   | процессы в основе формирования имиджа  |   | Социальные стереотипы и установки. Эффекты межличностного восприятия. Ошибки восприятия: их предупреждение и преодоление. 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. | 2;<br>ПКУВ-4      |               |
| 6 | Механизмы влияния в процессе формирования имиджа   | 2 | Понятие социально-психологического влияния. Убеждение. Внушение. Самопродвижение, заражение, пробуждение импульса к подражанию, принуждение, деструктивная критика, игнорирование, манипуляция. Технологии нейролингвистического программирования.   | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 | 1,2,3,<br>4,5 |
| 7 | Имидж и престиж во сфере связей общественность ю. Индивидуальный имидж. Я-концепция и Я-образ. | 4 | 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.  | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 | 1,2,3,<br>4,5 |
| 8 | Имидж руководителя. Компоненты имиджа руководителя   | 4 | Имидж руководителя. Компоненты имиджа руководителя: личностный, социальный, профессиональный. Свойства имиджа руководителя - адекватность, ответственность, устойчивость, целостность, презентабельность.  | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 | 1,2,3,<br>4,5 |

|    |  |   |  |                   |            |
|----|--|---|--|-------------------|------------|
| 9  | Разработка и применение стратегий формирования имиджа                  | 4 | <p>Направления использования формирования имиджа (оказание индивидуальных услуг, участие в рекламной деятельности, работа в системе связей с общественностью).</p> <p>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.</p>  | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 | 1,2,3, 4,5 |
| 10 | Значимость имиджа организации и его особенности в современных условиях | 4 | <p>Степень научной разработанности проблемы корпоративного (организационного имиджа). Социальная природа и функции организационного имиджа: Корпоративная культура - объективная основа единства внутреннего и внешнего имиджа организации.</p> <p>Понятие и структура имиджа организации. Элементы структуры имиджа организации. Достоинства и недостатки данного товаропроизводителя 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. Оптимальная структура внешнего имиджа учреждения. Изучение имиджа учреждения.</p> | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 |            |

|    |   |    |  |                   |  |
|----|---|----|--|-------------------|--|
|    |   |    | Методы оценки.<br>Оптимальная структура имиджа.<br>Имидж руководителя в структуре имиджа учреждения.<br>Роль внешних атрибутов образовательного учреждения: эмблема, девиз.  |                   |  |
| 11 | Критерии и показатели эффективности формирования имиджа | 2  | Организация связей с общественностью.<br>Критерии и показатели эффективности формирования имиджа.<br>Алгоритм совершенствования имиджа. Основные мероприятия по совершенствованию имиджа.<br>Особенности имиджа образовательного учреждения.<br>Имидж государственной службы.<br>Критерии эффективности корпоративного имиджа. | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 |  |
|    | Итого   | 30 |  |                   |  |

#### 4.1.1 Лекционные занятия (заочная форма обучения)

| № п/п | Наименование модуля, раздела дисциплины  | Объем часов | Краткое содержание занятия  | Формируемые ЗУН   | Ссылки на литературу |
|-------|--|-------------|---|-------------------|----------------------|
| 1     | Введение   | 0,5         | Цели и задачи дисциплины, ее междисциплинарные связи. Место дисциплины в системе подготовки бакалавра. Имиджелогия в индустрии гостеприимства.                      | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 | 1,2,3,<br>4,5        |
| 2     | Теоретические основы имиджелогии   | 1           | Компоненты имиджа личности. Основные условия формирования имиджа. Теоретические основания имиджа.   | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 | 1,2,3,<br>4,5        |
| 3     | Имиджелогия в индустрии гостеприимства - отрасль современного человековедения. | 1           | Принципы имиджелогии. Приоритетные функции имиджа (ценностные, технологические). Роль механизмов социально-психологического влияния в процессе формирования имиджа. | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 | 1,2,3,<br>4,5        |
| 4     | Закономерности формирования и  | 1           | Роль механизмов социально-психологического влияния  | ПКУВ-2;           | 1,2,3,<br>4,5        |

|   |  |     |   |                   |            |
|---|--|-----|---|-------------------|------------|
|   | функционирования имиджа  |     | в процессе формирования имиджа. Закономерности формирования и функционирования имиджа<br>Коммуникационная модель формирования имиджа. Каналы передачи информации.).<br>Формирование имиджа как субъект-субъектное взаимодействие. Формирование имиджа как создание социальной реальности в сознании людей. Общественное мнение общественное сознание.   | ПКУВ-4            |            |
| 5 | Когнитивные процессы в основе формирования имиджа  | 0,5 | 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. Понятие социально-психологического влияния. Убеждение. Внушение. Самопродвижение, заражение, пробуждение импульса к подражанию, принуждение, деструктивная критика, игнорирование, манипуляция. Технологии нейролингвистического программирования. | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 | 1,2,3, 4,5 |
| 6 | Механизмы влияния в процессе формирования имиджа   | 1   | Понятие социально-психологического влияния. Убеждение. Внушение. Самопродвижение, заражение, пробуждение импульса к подражанию, принуждение, деструктивная критика, игнорирование, манипуляция. Технологии нейролингвистического программирования.  | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 | 1,2,3, 4,5 |
| 7 | Имидж и престиж во вселенной связей общественность ю. Индивидуальный имидж. Я-концепция и Я-образ. | 1   | Типологии личности как основа для оценки имиджевой предрасположенности потребителей. Тело, лицо, поведение человека как объект его имиджа.<br>Закономерности зрительно восприятия лица фигуры человека. Характеристика стилей одежды. Критерии  | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 | 1,2,3, 4,5 |

|    |  |   |  |                   |               |
|----|--|---|--|-------------------|---------------|
|    |  |   | эффективности индивидуального имиджа.  |                   |               |
| 8  | Имидж руководителя. Компоненты имиджа руководителя                     | 1 | Имидж руководителя. Компоненты имиджа руководителя: личностный, социальный, профессиональный. Свойства имиджа руководителя - адекватность, ответственность, устойчивость, целостность, презентабельность.  | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 | 1,2,3,<br>4,5 |
| 9  | Разработка и применение стратегий формирования имиджа                  | 1 | Направления использования формирования имиджа (оказание индивидуальных услуг, участие в рекламной деятельности, работа в системе связей общественностью).<br>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. | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 | 1,2,3,<br>4,5 |
| 10 | Значимость имиджа организации и его особенности в современных условиях | 1 | 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 данного товаропроизводителя в глазах потребителя его товаров (услуг). Разработка мероприятий по нейтрализации недостатков и усиления достоинств фирмы с целью                   | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 |               |

|    |   |    |   |                   |  |
|----|---|----|---|-------------------|--|
|    |   |    | <p>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 учреждения. Изучение имиджа учреждения. Методы оценки. Оптимальная структура имиджа. Имидж руководителя в структуре имиджа учреждения. Роль внешних атрибутов образовательного учреждения: эмблема, девиз.</p> |                   |  |
| 11 | Критерии и показатели эффективности формирования имиджа | 1  | <p>Организация связей с общественностью. Критерии и показатели эффективности формирования имиджа. Алгоритм совершенствования имиджа. Основные мероприятия по совершенствованию имиджа. Особенности имиджа образовательного учреждения. Имидж государственной службы. Критерии эффективности корпоративного имиджа.</p>  | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 |  |
|    | Итого   | 10 |   |                   |  |

#### 4.1.2 Практические занятия (очная форма)

| № п/п | Наименование модуля, раздела дисциплины | Объем часов | Краткое содержание занятия   | Формируемые ЗУН   | Ссылки на литературу |
|-------|---|-------------|--|-------------------|----------------------|
| 1.    | Введение                                | 1           | <p><i>Вопросы для обсуждения:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Имидж как предмет имидж-технологий.</li> <li>2. Виды имиджа.</li> <li>3. Субъекты имиджа.</li> <li>4. Исторические факторы становления имиджелогии как научной области.</li> <li>5. О роли имиджа в</li> </ol> | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 | 1,2,3,4,5            |



|    |  |   |  |                   |           |
|----|--|---|--|-------------------|-----------|
|    |  |   | <p>профессиональной деятельности специалистов, работающих в сфере гостеприимства.</p> <p>6. Условия профессионального развития в области имиджмейкинга.</p>  |                   |           |
| 2. | Теоретические основы имиджологии   | 1 | <p><i>Вопросы для обсуждения:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Компоненты имиджа личности.</li> <li>2. Основные условия формирования имиджа. Теоретические основания имиджа.</li> <li>3. Принципы имиджологии.</li> <li>4. Приоритетные функции имиджа (ценностные, технологические).</li> <li>5. Роль механизмов социально-психологического влияния в процессе формирования имиджа.</li> </ol>   | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 | 1,2,3,4,5 |
| 3. | Имиджология в индустрии гостеприимства - отрасль современного человековедения. | 1 | <p><i>Вопросы для обсуждения:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внешний и внутренний имидж гостиничного предприятия.</li> <li>2. Связь внутреннего имиджа с корпоративной культурой.</li> <li>3. Оптимальная структура внешнего имиджа организации.</li> <li>4. Изучение имиджа гостиничного предприятия.</li> <li>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.).</li> </ol> | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 | 1,2,3,4,5 |
| 4. | Закономерности формирования и функционирования имиджа                          | 1 | <p><i>Вопросы для обсуждения:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Коммуникационная модель формирования имиджа.</li> <li>2. Каналы передачи информации.</li> <li>3. Формирование имиджа как субъект-субъектное взаимодействие.</li> <li>4. Общественное мнение общественное сознание.</li> <li>5. Содержание понятия «механизм коррекции имиджа фирмы».</li> <li>6. Разработка мероприятий по нейтрализации недостатков и усиления достоинств гостиницы с целью повышения привлекательности ее имиджа.</li> </ol>   | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 | 1,2,3,4,5 |
| 5. | Когнитивные процессы в основе формирования имиджа                              | 1 | <p><i>Вопросы для обсуждения:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Социальные стереотипы и установки.</li> <li>2. Эффекты межличностного восприятия.</li> <li>3. Ошибки восприятия имиджа.</li> </ol>   | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 | 1,2,3,4,5 |

|     |  |   |  |                   |           |
|-----|--|---|--|-------------------|-----------|
| 6.  | Механизмы влияния в процессе формирования имиджа   | 1 | <i>Вопросы для обсуждения:</i><br>1. Понятие социально-психологического влияния.<br>2. Убеждение. Внушение. Самопродвижение, заражение, пробуждение импульса к подражанию, принуждение, деструктивная критика, игнорирование, манипуляция.<br>3. Технологии нейролингвистического программирования.  | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 | 1,2,3,4,5 |
| 7.  | Имидж и престиж во сфере связей общественностью<br>Индивидуальный имидж.<br>Я-концепция и Я-образ. | 2 | <i>Вопросы для обсуждения:</i><br>1. Я-концепция и Я-образ.<br>2. Типологии личности как основа для оценки имиджевой предрасположенности потребителей.<br>3. Тело, лицо, поведение человека как объект его имиджа.<br>4. Закономерности зрительно восприятия лица фигуры человека.<br>5. Характеристика стилей одежды.<br>6. Критерии эффективности индивидуального имиджа.  | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 | 1,2,3,4,5 |
| 8.  | Имидж руководителя.<br>Компоненты имиджа руководителя  | 2 | <i>Вопросы для обсуждения:</i><br>1. Компоненты имиджа руководителя: личностный, социальный, профессиональный.<br>2. Свойства имиджа руководителя - адекватность, устойчивость, целостность, презентабельность.  | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 | 1,2,3,4,5 |
| 9.  | Разработка и применение стратегий формирования имиджа  | 1 | <i>Вопросы для обсуждения:</i><br>1. Направления использования формирования имиджа (оказание индивидуальных услуг, участие в рекламной деятельности, работа в системе связей с общественностью).<br>2. Выявление имиджевых качеств объекта. Обеспечение постоянства имиджа.<br>3. Использование методов активного социально-психологического обучения в формировании имиджа.<br>4. Оптимизация общения с клиентом. | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 | 1,2,3,4,5 |
| 10. | Значимость имиджа организации и его особенности в современных условиях                             | 1 | <i>Вопросы для обсуждения:</i><br>1. Степень научной разработанности проблемы корпоративного (организационного имиджа).<br>2. Социальная природа и функции организационного имиджа:<br>3. Корпоративная культура - объективная основа единства внутреннего и внешнего имиджа   | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 | 1,2,3,4,5 |

|     |   |    |   |                   |           |
|-----|---|----|---|-------------------|-----------|
|     |   |    | организации.<br>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 | 1  | <i>Вопросы для обсуждения:</i><br>1. Анализ и методы оценки имиджа<br>2. Способы совершенствования имиджа.<br>3. Основные мероприятия по совершенствованию имиджа.<br>4. Критерии эффективности корпоративного имиджа   | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 | 1,2,3,4,5 |
|     | Итого   | 14 |   |                   |           |

#### 4.1.2 Практические занятия (заочная форма обучения)

| № п/п | Наименование модуля, раздела дисциплины               | Объем часов | Краткое содержание занятия   | Формируемые ЗУН   | Ссылки на литературу |
|-------|---|-------------|--|-------------------|----------------------|
| 1.    | Закономерности формирования и функционирования имиджа | 1           | <i>Вопросы для обсуждения:</i><br>1. Коммуникационная модель формирования имиджа.<br>2. Каналы передачи информации.<br>3. Формирование имиджа как субъект-субъектное взаимодействие.<br>4. Общественное мнение общественное сознание.<br>5. Содержание понятия «механизм коррекции имиджа фирмы».<br>6. Разработка мероприятий по нейтрализации недостатков и усиления достоинств гостиницы с целью повышения привлекательности ее имиджа. | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 | 1,2,3,4,5            |
| 2.    | Имидж руководителя. Компоненты имиджа руководителя    | 1           | <i>Вопросы для обсуждения:</i><br>1. Компоненты имиджа руководителя: личный, социальный, профессиональный.<br>2. Свойства имиджа руководителя - адекватность, устойчивость, целостность, презентабельность.  | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 | 1,2,3,4,5            |
| 3.    | Разработка и применение стратегий формирования        | 1           | <i>Вопросы для обсуждения:</i><br>1. Направления использования формирования имиджа (оказание индивидуальных услуг, участие в   | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 | 1,2,3,4,5            |

|    |   |   |  |                   |           |
|----|---|---|--|-------------------|-----------|
|    | имиджа  |   | 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 | 1 | <i>Вопросы для обсуждения:</i><br>1. Анализ и методы оценки имиджа<br>2. Способы совершенствования имиджа.<br>3. Основные мероприятия по совершенствованию имиджа.<br>4. Критерии эффективности корпоративного имиджа  | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 | 1,2,3,4,5 |
|    | Итого   | 4 |  |                   |           |

#### 4.1.3 Лабораторные занятия – учебным планом не предусмотрены

#### 4.1.4 Самостоятельная работа студентов (очная форма обучения)

| № п/п | Наименование модуля, раздела дисциплины | Объем часов | Краткое содержание занятия  | Формируемые ЗУН   | Ссылки на литературу |
|-------|---|-------------|---|-------------------|----------------------|
| 1     | Введение                                | 3,75        | <i>Задание для самостоятельной работы:</i><br>– проработка теоретического материала включает: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;<br>– подготовка к практическим занятиям включает: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;<br>– подготовка к дискуссии по теме. | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 | 1,2,3,4,5            |
| 2     | Теоретические основы имиджелогии        | 6           | <i>Задание для самостоятельной работы:</i><br>– проработка теоретического материала включает: чтение  | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 | 1,2,3,4,5            |

|   |  |   |  |                   |               |
|---|--|---|--|-------------------|---------------|
|   |  |   | <p>конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;</p> <p>– подготовка к практическим занятиям включает: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;</p> <p>– подготовка к дискуссии по теме.</p>  |                   |               |
| 3 | Имиджелогия в индустрии гостеприимства - отрасль современного человековедения. | 6 | <p><i>Задание для самостоятельной работы:</i></p> <p>– проработка теоретического материала включает: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;</p> <p>– подготовка к практическим занятиям включает: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;</p> <p>– подготовка к дискуссии по теме.</p> | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 | 1,2,3,4,<br>5 |
| 4 | Закономерности формирования и функционирования имиджа                          | 6 | <p><i>Задание для самостоятельной работы:</i></p> <p>– проработка теоретического материала включает: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;</p> <p>– подготовка к практическим занятиям включает: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;</p> <p>– подготовка к дискуссии по теме.</p> | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 | 1,2,3,4,<br>5 |
| 5 | Когнитивные  | 6 | <p><i>Задание для самостоятельной</i></p>  | ПКУВ-2;           | 1,2,3,4,<br>5 |

|   |   |   |   |                   |               |
|---|---|---|---|-------------------|---------------|
|   | процессы в основе формирования имиджа   |   | <p><i>работы:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– проработка теоретического материала включает: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;</li> <li>– подготовка к практическим занятиям включает: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;</li> <li>– подготовка к дискуссии по теме.</li> </ul>                             | ПКУВ-4            |               |
| 6 | Механизмы влияния в процессе формирования имиджа  | 6 | <p><i>Задание для самостоятельной работы:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– проработка теоретического материала включает: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;</li> <li>– подготовка к практическим занятиям включает: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;</li> <li>– подготовка к дискуссии по теме.</li> </ul> | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 | 1,2,3,4,<br>5 |
| 7 | Имидж и престиж во сфере связей общественностью. Индивидуальный имидж. Я-концепция и Я-образ. | 6 | <p><i>Задание для самостоятельной работы:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– проработка теоретического материала включает: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;</li> <li>– подготовка к практическим занятиям включает: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;</li> </ul>  | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 | 1,2,3,4,<br>5 |

|    |  |   |   |                   |               |
|----|--|---|---|-------------------|---------------|
|    |  |   | – подготовка к дискуссии по теме.   |                   |               |
| 8  | Имидж руководителя.<br>Компоненты имиджа руководителя                  | 6 | <i>Задание для самостоятельной работы:</i><br>– проработка теоретического материала включает: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;<br>– подготовка к практическим занятиям включает: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;<br>– подготовка к дискуссии по теме. | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 | 1,2,3,4,<br>5 |
| 9  | Разработка и применение стратегий формирования имиджа                  | 6 | <i>Задание для самостоятельной работы:</i><br>– проработка теоретического материала включает: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;<br>– подготовка к практическим занятиям включает: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;<br>– подготовка к дискуссии по теме. | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 | 1,2,3,4,<br>5 |
| 10 | Значимость имиджа организации и его особенности в современных условиях | 6 | <i>Задание для самостоятельной работы:</i><br>– проработка теоретического материала включает: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;<br>– подготовка к практическим занятиям включает: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы  | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 |               |

|    |   |       |   |                   |  |
|----|---|-------|---|-------------------|--|
|    |   |       | на теоретические вопросы по теме;<br>– подготовка к дискуссии по теме.  |                   |  |
| 11 | Критерии и показатели эффективности формирования имиджа | 6     | <i>Задание для самостоятельной работы:</i><br>– проработка теоретического материала включает: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;<br>– подготовка к практическим занятиям включает: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;<br>– подготовка к дискуссии по теме. | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 |  |
|    | Итого   | 63,75 |   |                   |  |

#### 4.1.4 Самостоятельная работа (заочная форма)

| № п/п | Наименование модуля, раздела дисциплины | Объем часов | Краткое содержание занятия  | Формируемые ЗУН   | Ссылки на литературу |
|-------|---|-------------|---|-------------------|----------------------|
| 1     | Введение                                | 8           | <i>Задание для самостоятельной работы:</i><br>– проработка теоретического материала включает: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;<br>– подготовка к практическим занятиям включает: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;<br>– подготовка к дискуссии по теме. | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 | 1,2,3,4,<br>5        |
| 2     | Теоретические                           | 8           | <i>Задание для самостоятельной</i>  | ПКУВ-2;           | 1,2,3,4,             |



|   |  |   |   |                   |               |
|---|--|---|---|-------------------|---------------|
|   | ОСНОВЫ<br>ИМИДЖЕЛОГИИ  |   | <i>работы:</i><br>– проработка теоретического материала включает: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;<br>– подготовка к практическим занятиям включает: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;<br>– подготовка к дискуссии по теме.                             | ПКУВ-4            | 5             |
| 3 | Имиджелогия в индустрии гостеприимства - отрасль современного человековедения. | 8 | <i>Задание для самостоятельной работы:</i><br>– проработка теоретического материала включает: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;<br>– подготовка к практическим занятиям включает: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;<br>– подготовка к дискуссии по теме. | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 | 1,2,3,4,<br>5 |
| 4 | Закономерности формирования и функционирования имиджа                          | 8 | <i>Задание для самостоятельной работы:</i><br>– проработка теоретического материала включает: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;<br>– подготовка к практическим занятиям включает: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;                                      | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 | 1,2,3,4,<br>5 |

|   |  |   |   |                   |               |
|---|--|---|---|-------------------|---------------|
|   |  |   | – подготовка к дискуссии по теме.   |                   |               |
| 5 | Когнитивные процессы в основе формирования имиджа  | 8 | <i>Задание для самостоятельной работы:</i><br>– проработка теоретического материала включает: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;<br>– подготовка к практическим занятиям включает: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;<br>– подготовка к дискуссии по теме. | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 | 1,2,3,4,<br>5 |
| 6 | Механизмы влияния в процессе формирования имиджа   | 8 | <i>Задание для самостоятельной работы:</i><br>– проработка теоретического материала включает: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;<br>– подготовка к практическим занятиям включает: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;<br>– подготовка к дискуссии по теме. | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 | 1,2,3,4,<br>5 |
| 7 | Имидж и престиж в сфере связей общественностью. Индивидуальный имидж. Я-концепция и Я-образ. | 8 | <i>Задание для самостоятельной работы:</i><br>– проработка теоретического материала включает: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;<br>– подготовка к практическим занятиям включает: проработку лекций, чтение профессиональной литературы,  | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 | 1,2,3,4,<br>5 |

|    |   |   |  |                           |           |
|----|---|---|--|---------------------------|-----------|
|    |   |   | <p>периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;</p> <p>– подготовка к дискуссии по теме.</p>  |                           |           |
| 8  | <p>Имидж руководителя.<br/>Компоненты имиджа руководителя</p>                 | 8 | <p><i>Задание для самостоятельной работы:</i></p> <p>– проработка теоретического материала включает: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;</p> <p>– подготовка к практическим занятиям включает: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;</p> <p>– подготовка к дискуссии по теме.</p> | <p>ПКУВ-2;<br/>ПКУВ-4</p> | 1,2,3,4,5 |
| 9  | <p>Разработка и применение стратегий формирования имиджа</p>                  | 8 | <p><i>Задание для самостоятельной работы:</i></p> <p>– проработка теоретического материала включает: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;</p> <p>– подготовка к практическим занятиям включает: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;</p> <p>– подготовка к дискуссии по теме.</p> | <p>ПКУВ-2;<br/>ПКУВ-4</p> | 1,2,3,4,5 |
| 10 | <p>Значимость имиджа организации и его особенности в современных условиях</p> | 8 | <p><i>Задание для самостоятельной работы:</i></p> <p>– проработка теоретического материала включает: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;</p> <p>– подготовка к практическим занятиям включает: проработку</p>  | <p>ПКУВ-2;<br/>ПКУВ-4</p> |           |

|    |   |    |   |                   |  |
|----|---|----|---|-------------------|--|
|    |   |    | лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;<br>– подготовка к дискуссии по теме.  |                   |  |
| 11 | Критерии и показатели эффективности формирования имиджа | 8  | <i>Задание для самостоятельной работы:</i><br>– проработка теоретического материала включает: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;<br>– подготовка к практическим занятиям включает: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;<br>– подготовка к дискуссии по теме. | ПКУВ-2;<br>ПКУВ-4 |  |
|    | Итого   | 90 |   |                   |  |

#### **4.1.5 Интерактивные формы занятий**

Занятия в интерактивной форме учебным планом не предусмотрены

#### **4.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

##### **4.2.1 Литература**

1. Ушакова Н.В. Имиджелогия (3-е издание) [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н.В. Ушакова, А.Ф. Стрижова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2015. — 264 с.
2. Горчакова В.Г. Имиджелогия. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов/ Горчакова В.Г.— Электрон. текстовые данные.— Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 335 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52471.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Лысикова, О. В. Имиджелогия и паблик рилейшнз в социокультурной сфере [Электронный ресурс] : учебное пособие / О. В. Лысикова, Н. П. Лысикова. — 3-е изд., стер. — Москва : ФЛИНТА, 2019.-168 с.. – ISBN 978-5-89349-853-0. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1048009>
4. Федцов В.Г. Культура гостинично-туристского сервиса: учебное пособие - Ростов н/Д : Феникс, 2015. – 540 с.

##### **4.2.2 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

- . Портал ВЦИОМ (социальные, политические, маркетинговые, экспресс- и др. исследования) - <http://wciom.ru/>
- 2. Национальная служба мониторинга - [www.monitornews.ru](http://www.monitornews.ru)
- 3. Левада-центр - <http://www.levada.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. *Профессиональный pr-портал Sovetnik.ru* - <http://www.sovetnik.ru>
12. ПОЛИТКОМ: Информационный сайт политических комментариев - <http://www.politcom.ru/>
13. Каталог образовательных сайтов - [educatalog.ru](http://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/>
20. Научная библиотека МГУ - <http://www.lib.msu.ru>

#### 4.2.3 Нормативные документы

"Конституция Российской Федерации" (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020)  
URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_28399/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/)

Федеральный закон Российской Федерации от 08.08.2001 г. № 128-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности» // Консультант плюс. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_32841/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_32841/)

Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_58968/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/)

Федеральный закон от 13 января 1995 г. № 7-ФЗ «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_5410/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5410/)

#### 4.2.4 Интернет-ресурсы и другие электронные информационные источники

Студентам обеспечивается доступ к базам данных и библиотечным фондам филиала. Филиал СГУ в городе Анапе обеспечивает оперативный обмен информацией с отечественными и зарубежными вузами и организациями с соблюдением требований законодательства РФ об интеллектуальной собственности и международных договоров РФ в области интеллектуальной собственности, а также доступ обучающихся к информационным справочным и поисковым системам.

В частности, обеспечивается доступ к следующим электронно-библиотечным системам и базам данных:


1) ЭБС «Znanium.com» (Научно-исследовательский центр «ИНФРА-М») - [www.znanium.com](http://www.znanium.com), (доступ осуществляется с любого компьютера, в том числе домашнего и прочего устройства (планшета, смартфона), из любой точки, где есть выход в Интернет. Вход в электронно-библиотечную систему осуществляется с паролем. Данная электронно-библиотечная система представляет собой специализированный электронный ресурс, по которому предоставлена возможность работы с каталогом изданий и полной электронной версией книг, выпущенных издательствами Группы компаний «ИНФРА-М»);

2) ЭБС «IPR-books» - <http://www.iprbookshop.ru>

3) электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки ([diss/rsl.ru](http://diss/rsl.ru))(доступ осуществляется с компьютеров, находящихся в читальном зале библиотеки).

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины соответствует библиотечному фонду филиала ФБГОУ ВО «СГУ» в г. Анапа

Зав. отделом библиотеки

  
подпись

Кузнецова Л.Н.

ФИО

#### 4.3 Формы и содержание текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

Текущая аттестация по дисциплине осуществляется в формедоклада, собеседования, кейс-стади, тестирования. Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

Содержание текущей и промежуточной аттестации по дисциплине раскрывается в комплекте оценочных средств (контролирующих материалов), предназначенных для проверки соответствия уровня подготовки по дисциплине.

Оценочные средства по дисциплине содержат:

- темы для доклада;
- Вопросы к коллоквиуму;
- Кейс-стади;
- Вопросы для тестирования.

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

#### Перечень вопросов к зачету

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

Комплекс рекомендаций и разъяснений, позволяющих обучающемуся оптимальным образом организовать процесс изучения данной дисциплины, составляют

1. Требования к написанию доклада;
2. Требования к коллоквиуму;
3. Требования к выполнению тестового задания;
4. Требования к выполнению кейс-задания;
5. Требования к сдаче зачета.

#### **Требования к написанию доклада**

Доклад – это краткое изложение в письменном виде содержания и результатов индивидуальной учебно-исследовательской деятельности, имеет регламентированную структуру, содержание и оформление. Его задачами являются:

1. Формирование умений самостоятельной работы с источниками литературы, их систематизация;
2. Развитие навыков логического мышления;
3. Углубление теоретических знаний по проблеме исследования.

Текст доклада должен содержать аргументированное изложение определенной темы. Доклад должен быть структурирован (по главам, разделам, параграфам) и включать разделы: введение, основная часть, заключение, список используемых источников. В зависимости от тематики доклада к нему могут быть оформлены приложения, содержащие документы, иллюстрации, таблицы, схемы и т. д.

При оценке доклада используются следующие критерии:

1. Новизна реферированного текста:
  - актуальность проблемы и темы;
  - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы;
  - наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.
2. Степень раскрытия сущности проблемы:
  - соответствие плана теме доклада;
  - соответствие содержания теме и плану доклада;

- полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы;
- обоснованность способов и методов работы с материалом;
- умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал;
- умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.

3. Обоснованность выбора источников:

- круг, полнота использования литературных источников по проблеме;
- привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).

4. Соблюдение требований к оформлению:

- правильное оформление ссылок на используемую литературу;
- грамотность и культура изложения;
- владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы;
- соблюдение требований к объему доклада;
- культура оформления: выделение абзацев.

5. Грамотность:

- отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей;
- отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых;
- литературный стиль.

**Требования к подготовке к коллоквиуму**

Коллоквиумом называется собеседование преподавателя и студента по заранее определенным контрольным вопросам. Целью коллоквиума является формирование у студента навыков анализа теоретических проблем на основе самостоятельного изучения учебной и научной литературы.

От студента требуется:

- владение изученным в ходе учебного процесса материалом, относящимся к рассматриваемой проблеме;
- знание разных точек зрения, высказанных в научной литературе по соответствующей проблеме, умение сопоставлять их между собой;
- наличие собственного мнения по обсуждаемым вопросам и умение его аргументировать.

Коллоквиум - это не только форма контроля, но и метод углубления, закрепления знаний студентов, так как в ходе собеседования преподаватель разъясняет сложные вопросы, возникающие у студента в процессе изучения данного источника. Однако коллоквиум не консультация и не экзамен. Его задача добиться глубокого изучения отобранного материала, пробудить у студента стремление к чтению дополнительной литературы.

*Подготовка к коллоквиуму.*

Подготовка к коллоквиуму начинается с установочной консультации преподавателя, на которой он разъясняет развернутую тематику проблемы, рекомендует литературу для изучения и объясняет процедуру проведения коллоквиума. Как правило, на самостоятельную подготовку к коллоквиуму студенту отводится 3-4 недели.

Методические указания состоят из рекомендаций по изучению источников и литературы, вопросов для самопроверки и кратких конспектов ответа с перечислением основных фактов и событий, относящихся к пунктам плана каждой темы. Это должно помочь студентам целенаправленно организовать работу по овладению материалом и его запоминанию. При подготовке к коллоквиуму следует, прежде всего, просмотреть конспекты лекций и практических занятий и отметить в них имеющиеся вопросы коллоквиума. Если какие-то вопросы вынесены преподавателем на самостоятельное



изучение, следует обратиться к учебной литературе, рекомендованной преподавателем в качестве источника сведений.

Коллоквиум проводится в форме индивидуальной беседы преподавателя с каждым студентом или беседы в небольших группах (2-3 человека). Обычно преподаватель задает несколько кратких конкретных вопросов, позволяющих выяснить степень добросовестности работы с литературой, проверяет конспект. Далее более подробно обсуждается какая-либо сторона проблемы, что позволяет оценить уровень понимания. По итогам коллоквиума выставляется дифференцированная оценка по пятибалльной системе.

### **Требования к выполнению тестового задания**

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, которые позволяют измерить психофизиологические и личностные характеристики, а также знания, умения и навыки испытуемого.

Тестовый метод контроля качества обучения имеет ряд несомненных преимуществ перед другими педагогическими методами контроля: высокая научная обоснованность теста; технологичность; точность измерений; наличие одинаковых для всех испытуемых правил проведения испытаний и правил интерпретации их результатов; хорошая сочетаемость метода с современными образовательными технологиями. Основные принципы тестирования, следующие:

- связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;
- объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;
- справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;
- систематичность - систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;
- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего государственного образовательного стандарта. К принципам тестирования примыкают принципы построения тестовых заданий, включающие в себя следующие принципы:

- коллегиальная подготовка тестовых заданий - позволяет существенно уменьшить важнейший недостаток индивидуального контроля знаний – его субъективность.
- централизованное накопление тестовых заданий - составленные и отобранные экспертами тестовые задания должны храниться в базе данных системы тестирования, обрабатываться педагогом по соответствующей дисциплине с целью устранения возможных дублирований заданий.
- унификация инструментальных средств подготовки тестовых заданий - образовательные учреждения должны использовать унифицированное программное обеспечение систем тестирования, инвариантное к предметной области.

Методические аспекты контроля знаний включают:

1. Выбор типов и трудности тестовых заданий («что контролировать?»). Набор тестовых заданий должен соответствовать цели контроля на данном этапе учебного

процесса. Так на этапе восприятия, осмысления и запоминания оценивается уровень знаний обучающегося о предметной области и понимания основных положений. Способность обучающегося применять полученные знания для решения конкретных задач, требующих проявления познавательной самостоятельности, оценивается как соответствие требуемым навыкам и/или умениям.

2. Планирование процедуры контроля знаний («когда контролировать?»). Учебный процесс принято рассматривать как распределенный во времени процесс формирования требуемых знаний, навыков и умений. Соответственно этому, выделяют следующие четыре этапа контроля знаний.

1. Исходный (предварительный) контроль. Данный контроль проводится непосредственно перед обучением, имея целью оценить начальный уровень знаний обучающегося и соответственно планировать его обучение.

2. Текущий контроль. Осуществляется в ходе обучения и позволяет определить уровень усвоения обучающимся отдельных разделов учебного материала, а затем на этой основе скорректировать дальнейшее изучение предмета.

3. Рубежный контроль. Проводится по завершении определенного этапа обучения и служит цели оценки уровня знаний обучающегося по теме или разделу курса.

Итоговый контроль. Позволяет оценить знания, умения и навыки обучающегося по курсу в целом.

2. Формирование набора адекватных тестовых заданий («как контролировать?»).

Используются следующие формы тестовых заданий:

- цепные задания - задания, в которых правильный ответ на последующее задание зависит от ответа на предыдущее задание;

- тематические задания - совокупность тестовых заданий любой формы, разработанных для контроля знаний обучающихся по одной изученной теме. Задания могут быть цепными и тематическими одновременно, если их цепные свойства имеют место в рамках одной темы;

- текстовые задания - совокупность заданий, созданных для контроля знаний обучающихся конкретного учебного текста, текстовые задания удобны для проверки классификационных знаний;

- ситуационные задания - разрабатываются для проверки знаний и умений обучающихся действовать в практических, экстремальных и других ситуациях, а также для интегрального контроля уровня знаний обучающихся. Каждая из рассмотренных форм тестовых заданий имеет несколько вариантов. Например, возможны задания с выбором одного правильного ответа, с выбором одного наиболее правильного ответа и задания с выбором нескольких правильных ответов. Последний вариант является наиболее предпочтительным.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

– закрытая форма - является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является», «относится» или «не относится» и т. п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представляют несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил.

– открытая форма - вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения,

линии или изображения элементов схемы и, графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).

– установление соответствия - в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

– установление последовательности - предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

### **Требования к выполнению кейс-стади**

Цель выполнения кейс-задания в процессе обучения по дисциплине «Имиджелогия в индустрии гостеприимства» – продемонстрировать навыки принятия решений в ситуации, приближенной к реальной. При использовании кейсового метода подбирается соответствующий теме исследования реальный материал. Обучающиеся должны решить поставленную задачу и получить реакцию окружающих на свои действия. При этом нужно понимать, что возможны различные решения задачи. Обучающиеся должны понимать с самого начала, что риск принятия решений лежит на них, преподаватель только поясняет последствия риска принятия необдуманных решений.

Роль преподавателя состоит в направлении беседы или дискуссии, например с помощью проблемных вопросов, в контроле времени работы, в побуждении отказаться от поверхностного мышления, в вовлечении группы в процесс анализа кейса.

Периодически преподаватель может обобщать, пояснять, напоминать теоретические аспекты или делать ссылки на соответствующую литературу. Технология работы при использовании кейсового метода приведена в таблице:

| Фаза работы      | Действия преподавателя  | Действия обучающегося   |
|------------------|---|---|
| До занятия       | 1.Подбирает кейс<br>2.Определяет основные и вспомогательные материалы для подготовки<br>3.Разрабатывает сценарий занятия  | 1.Получает кейс и список рекомендуемой литературы<br>2.Индивидуально готовится к занятию  |
| Во время занятия | 1.Организует предварительное обсуждение кейса<br>2.Делит группу на подгруппы<br>3.Руководит обсуждением кейса в подгруппах, обеспечивая их дополнительными сведениями | 1.Задает вопросы, углубляющие понимание кейса и проблемы<br>2.Разрабатывает варианты решений, слушает, что говорят другие<br>3.Принимает или участвует в принятии решений |
| После занятия    | 1. Оценивает работу<br>2. Оценивает принятые решения и поставленные вопросы   | 1.Составляет письменный отчет о занятии по данной теме<br>2.Составляет общий отчет по решению кейса   |

В кейсе рассматривается конкретная ситуация, отражающая положение предприятия за какой-либо промежуток времени. В описание кейса включаются основные случаи, факты

Кейсовый метод требует от обучающегося решения следующих задач:

- принимать верные решения в условиях неопределенности;

- разрабатывать алгоритм принятия решения;
- овладевать навыками исследования ситуации, отбросив второстепенные факторы;
- разрабатывать план действий, ориентированных на намеченный результат;
- применять полученные теоретические знания, в том числе при изучении других дисциплин (менеджмент, статистика, экономика и др.), для решения практических задач;
- учитывать точки зрения других специалистов на рассматриваемую проблему при принятии окончательного решения.

### **Требования к сдаче зачета**

Зачет является формой проверки знаний, умений и навыков, приобретенных обучающимися в процессе усвоения учебного материала лекционных, практических и семинарских занятий по дисциплине. Проведение зачета организуется на последней учебной неделе семестра до начала экзаменационной сессии на практических занятиях в соответствии с утвержденным расписанием учебных занятий. Зачет принимается преподавателем, читающим лекции по данной дисциплине.

Готовиться к зачету необходимо последовательно, с учетом контрольных вопросов, разработанных ведущим преподавателем кафедры. Сначала следует определить место каждого контрольного вопроса в соответствующем разделе темы учебной программы, а затем внимательно прочитать и осмыслить рекомендованные научные работы, соответствующие разделы рекомендованных учебников. При этом полезно делать хотя бы самые краткие выписки и заметки. Работу над темой можно считать завершенной, если вы сможете ответить на все контрольные вопросы и дать определение понятий по изучаемой теме.

Для обеспечения полноты ответа на контрольные вопросы и лучшего запоминания теоретического материала рекомендуется составлять план ответа на контрольный вопрос. Это позволит сэкономить время для подготовки непосредственно перед зачетом за счет обращения не к литературе, а к своим записям.

При подготовке необходимо выявлять наиболее сложные, дискуссионные вопросы с тем, чтобы обсудить их с преподавателем на обзорных лекциях и консультациях. Нельзя ограничивать подготовку к зачету простым повторением изученного материала. Необходимо углубить и расширить ранее приобретенные знания за счет новых идей и положений.

Оценка выставляется в результате собеседования по заранее предложенным обучающимся вопросам с учетом результатов текущей аттестации. Результат по сдаче зачета объявляется студентам, вносится в экзаменационную ведомость. Незачет проставляется только в ведомости. После чего студент освобождается от дальнейшего присутствия на зачете.

При получении незачета повторная сдача осуществляется в другие дни, установленные деканатом. Положительные оценки выставляются, если студент усвоил учебный материал, исчерпывающе, логически, грамотно изложив его, показал знания специальной литературы, не допускал существенных неточностей, а также правильно применял понятийный аппарат.

## **5.2 Организация самостоятельной работы студента (СРС) 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:

- наличие помещений для курсового проектирования;  
- обеспечение средствами вычислительной техники, программное обеспечение;  
- наличие раздаточного материала, комплектов индивидуальных заданий, учебно-методических материалов, тем докладов, и т.п.;

- обеспечение учебно-методической и справочной литературой всех видов самостоятельной работы.

Учебный процесс, все его формы являются основой профессиональной подготовки студентов, в которой глубокое изучение каждой дисциплины, предусмотренной учебным планом, является важным фактором не только овладения предметом профессионального значения, но и последующей практической деятельности по полученной специальности. Поэтому студенты должны в полной мере использовать все возможности каждой формы учебного процесса при изучении каждого преподаваемого им предмета. Посещая лекционные занятия по курсу студентам следует вести их конспекты; форма и характер конспектов – личное дело каждого студента, но в них, в обязательном порядке, должны быть зафиксированы основные положения (выводы) лекционного материала, отражена логика доказательства.

Самостоятельная работа студентов во внеаудиторное время начинается с редактирования конспектов, приведение их в вид, способствующий нормальному пользованию в последующей работе. Следующим шагом самостоятельной работы является изучение рекомендованной основной и дополнительной литературы, которая, с одной стороны, позволит дополнить конспекты новыми сведениями, различными точками зрения по одной и той же проблеме, а с другой стороны – является важным моментом в подготовке к семинарскому занятию.

Форма работы на семинарском занятии отдельного студента может быть различной. Наиболее общим моментом такой работы является участие в обсуждении проблем, связанных с вопросами плана семинарских занятий. Кроме того, студент может подготовить фиксированное, заранее согласованное с преподавателем, выступление по какому – то из этих вопросов, письменный доклад или доклад. Последние из указанных форм подготовки и участия студента на семинарском занятии имеет серьезное положительное значение, поскольку способствует приобретению им навыков и умений письменного изложения, полученных в результате самостоятельной работы знаний по раскрываемой теме.

В процессе самостоятельной работы студент должен пользоваться подготовленными кафедрой методическими пособиями как по отдельным формам учебного процесса, так и по различным темам рассматриваемого курса.

### **5.3 Особенности преподавания дисциплины**

Проведение всех видов занятий (лекционные, практические, лабораторные и т.д.) при преподавании дисциплины, проведение консультаций, промежуточная и текущая аттестация возможна с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

#### 5.4 Материально-техническое обеспечение дисциплины

| Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы  | Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы  | Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа   |
|--|--|--|
| Аудитория 202 для проведения занятий лекционного типа  | Аудитория укомплектована специализированной мебелью, отвечающей всем установленным нормам и требованиям, учебно-наглядными материалами (стенд, презентации по дисциплине, видеофильмы), техническими средствами обучения: ноутбук «Lenovo».  | Microsoft Windows Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level (бессрочные лицензии № 42588538 от 10.08.2007, №43777173 от 11.04.2008).<br>Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level (бессрочные лицензии № 42588538 от 10.08.2007, №43777173 от 11.04.2008, №46514573 от 12.02.2010).<br>Kaspersky Endpoint Security лицензия 2434-191106-135919-303-2481 от 06.11.2019 г. (срок действия – до 29.12.2021 г.).  |
| Аудитория 313 для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и проведения промежуточной аттестации | Аудитория укомплектована специализированной мебелью, отвечающей всем установленным нормам и требованиям, техническими средствами обучения: Ноутбук «Acer Extensa» - 1 шт. Интерактивная доска «Intrwrite» – 1 шт. Проектор «Acer» - 1 шт. Телевизор «Hyundai» – 1 шт. Аудиосистема «Topdevice» - 1 шт. | Microsoft Windows Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level (бессрочные лицензии № 42588538 от 10.08.2007, №43777173 от 11.04.2008).<br>Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level (бессрочные лицензии № 42588538 от 10.08.2007, №43777173 от 11.04.2008, №46514573 от 12.02.2010).<br>Kaspersky Endpoint Security лицензия 2434-191106-135919-303-2481 от 06.11.2019 г. (срок действия – до 29.12.2021 г.).<br>«GTCO Calcomp Interwrite» (бессрочная лицензия коробочной версии) |
| Аудитории для самостоятельной работы (читальный зал, 210)  | Читальный зал укомплектован специализированной мебелью, отвечающей всем установленным нормам и требованиям, помещение оснащено: Ноутбук «Lenovo» - 3 шт., аудиомэгнитофон «Sony».  | Microsoft Windows Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level (бессрочные лицензии № 42588538 от 10.08.2007, №43777173 от 11.04.2008).<br>Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level (бессрочные лицензии № 42588538 от 10.08.2007, №43777173 от 11.04.2008, №46514573 от 12.02.2010).<br>Kaspersky Endpoint Security лицензия 2434-191106-135919-303-2481 от 06.11.2019 г. (срок действия – до 29.12.2021 г.).  |
|  | Аудитория укомплектована специализированной мебелью, отвечающей всем установленным нормам и требованиям, помещение технически оснащено: ПК (Pentium Dual-Core E5700, DDR2-2 Гб, диск 500 Гб, монитор «Samsung 943») - 12   | Microsoft Windows Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level (бессрочные лицензии № 42588538 от 10.08.2007, №43777173 от 11.04.2008).<br>Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level   |

|  |   |  |
|--|---|--|
|  | <p>шт. Проектор «BenqMP635» - 1 шт.<br/> Проекционный экран - 1 шт.<br/> Ноутбук «Асер» - 1 шт.</p> | <p>(бессрочные лицензии № 42588538 от 10.08.2007, №43777173 от 11.04.2008, №46514573 от 12.02.2010).<br/> Microsoft Visio Standard 2007 Russian Academic OPEN No Level (бессрочные лицензии № 42588538 от 10.08.2007).<br/> Kaspersky Endpoint Security лицензия 2434-191106-135919-303-2481 от 06.11.2019 г. (срок действия – до 29.12.2021 г.).<br/> Программа EхаHotel (бессрочный лицензионный договор безвозмездной передачи неисключительных прав использования № 1702141 от 01.04.2017 г.).<br/> АСУ гостиницей «Эдельвейс» (бессрочный договор №8/10 от 01.10.2010 г.).<br/> ПО Корс-Софт «Мини-Отель Плюс» договор № 1/2018 от 29 марта 2018 г. (срок действия - бессрочная лицензия).<br/> ПО Корс-Софт «Мини-Кулинария» договор № 1/2018 от 29 марта 2018 г. (срок действия - бессрочная лицензия).<br/> ПО Корс-Софт «Мини-ФМС» договор № 1/2018 от 29 марта 2018 г. (срок действия - бессрочная лицензия).<br/> ПО Корс-Софт «Мини-Прокат» договор № 1/2018 от 29 марта 2018 г. (срок действия - бессрочная лицензия).<br/> ПО Корс-Софт «Мини-CRM» договор № 1/2018 от 29 марта 2018 г. (срок действия - бессрочная лицензия).<br/> ПО Корс-Софт «Мини-Сайт» договор № 1/2018 от 29 марта 2018 г. (срок действия - бессрочная лицензия).</p> |
|--|---|--|

Приложение к рабочей программе дисциплины  
«Имиджелогия»

43.03.03 «Гостиничное дело», бакалавр  
профиль «Гостиничная деятельность»

**АННОТАЦИЯ**

рабочей программы дисциплины

**Б1.В.ДВ.06.02Имиджелогия**

**Блок 1 «Дисциплины (модули)», часть формируемой участниками образовательных отношений учебного плана, дисциплина по выбору**

**Очная, заочная**

Составитель аннотации – Белоцерковская Н.В., к.п.н., доцент кафедры СКС иТ

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



|   |   |
|---|---|
|   | подразделений организации индустрии гостеприимства<br>ПКУВ-4.3 Определяет выявление проблем в системе координации подразделений организации индустрии гостеприимства  |
| <b>Наименование дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины</b> | Б1.В.04 Организация питания в гостиничных комплексах<br>Б1.В.08 Организация гостиничного дела<br>Б1.В.10 Технологии гостиничной деятельности<br>Б1.В.12 Основы международного протокола<br>Б1.В.11 Основы делового этикета в индустрии гостеприимства |
| <b>Образовательные технологии</b>   | Лекции, практические занятия, самостоятельная работа  |
| <b>Формы текущего контроля успеваемости</b>                               | Доклад, тестирование, коллоквиум, кейс-стади  |
| <b>Форма промежуточной аттестации (экзамен, зачет)</b>                    | Зачет с оценкой   |