

Министерство просвещения Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный профессионально-педагогический университет»
Институт психолого-педагогического образования
Кафедра психологии образования и профессионального развития

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.01.09 «ИМИДЖЕЛОГИЯ В ОБРАЗОВАНИИ»**

Направление подготовки 44.04.02 Психолого-педагогическое образование

Профиль программы «Управление образовательными организациями»

Автор(ы): д-р филол. наук, профессор, В.С. Третьякова
профессор

Одобрена на заседании кафедры психологии образования и профессионального развития. Протокол от «13» января 2022 г. № 5.

Рекомендована к использованию в образовательной деятельности методической комиссией института ППО РГППУ. Протокол от «20» января 2022 г. № 5.

Екатеринбург
2022

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Имиджелогия в образовании»: Формирование у магистрантов целостного представления о сущности имиджелогии и ее роли в процессе управленческой деятельности, обучение принципам, методам и технологиям построения и поддержания имиджа эффективного руководителя, тем самым подготовить к осуществлению профессиональной деятельности в сфере управления образованием; развитие личностных качеств, общей культуры и формирование универсальных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению подготовки, с учетом специфики данной ОПОП и характеристики групп обучающихся.

Задачи:

- содействовать пониманию студентами места и значения имиджелогии в системе социально-управленческих наук, а также в сфере профессионально-управленческой деятельности
- вооружить обучаемых современными знаниями теоретических основ, основных механизмов и методов формирования имиджа руководителя
- обучить магистрантов основам искусства использования закономерностей построения имиджа в практической деятельности управленца
- помочь магистрантам овладеть технологиями самопрезентации, навыками и умениями их эффективного использования в процессе будущей профессиональной деятельности
- содействовать формированию у магистрантов навыков анализа составляющих политического, корпоративного, профессионально-управленческого имиджа и особенностей его восприятия общественностью и индивидом
- создать условия для развития творческого, инновационного мышления у руководителей образовательных организаций, профессионально подготовить их к деятельности по имиджированию

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Имиджелогия в образовании» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана.

Для изучения учебной дисциплины необходимы знания, умения и владения, формируемые следующими дисциплинами:

1. Психология профессионализма.
2. Культура научной речи.
3. Иностранный язык в профессиональной коммуникации.



Перечень учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и владения, формируемые данной учебной дисциплиной:

1. Проектирование и организация образовательной среды.
2. Разработка и реализация концепции образовательной организации.
3. Социальное партнерство образовательных организаций.
4. Управление проектами в области образования и науки.

3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

- УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки;
- ПКС-3 Способен формировать собственное мнение, принимать управленческие решения и нести ответственность за них;
- ПКС-5 Способен оказывать помощь в формировании психологической культуры субъектов образовательного процесса, системы позитивных межличностных отношений, психологического климата в организации, осуществляющей образовательную деятельность.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать:

31. Особенности принятия и реализации организационных, в том числе управленческих, решений; основы саморазвития, самореализации; технологии и методы планирования и определения приоритетов собственной деятельности; механизмы, принципы и закономерности процессов самоорганизации, самообразования и саморазвития; теоретические основы тайм-менеджмента;

32. Психолого-педагогические и коммуникативные способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки; подходы управленческого анализа и принятия решений; механизмы принятия управленческих решений;

33. Проблемы взаимодействия, характерные для современного образования или выявленные в образовательной организации; технологии оптимизации профессиональную деятельность в соответствии с нормативно-правовыми актами в сфере образования и нормами профессиональной этики.

Уметь:

У1. Определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки; организовать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели; осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий; принимать управленческие решения по проблемам образовательной организации;



У2. Планировать и организовывать взаимодействия участников образовательных отношений; создавать и реализовывать условия для позитивных межличностных отношений, психологического климата в организации, осуществляющей образовательную деятельность; оптимизировать профессиональную деятельность в соответствии с нормативно-правовыми актами в сфере образования и нормами профессиональной этики;

У3. Ставить цели и выявлять структуру собственной деятельности.

Владеть:

В1. Навыками планирования собственной деятельности на различных временных отрезках; навыками самоконтроля и самооценки разных параметров деятельности; методиками саморегуляции протекания основных психологических функций в различных условиях деятельности; технологиями и инструментами тайм-менеджмента;

В2. Способами критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать командную стратегию действий для достижения поставленной цели;

В3. Современными технологиями выявления в образовательной организации проблем взаимодействия специалистов и оказания помощи в формировании психологической культуры субъектов образовательных отношений и системы позитивных межличностных отношений.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Объем дисциплины и виды контактной и самостоятельной работы

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зач. ед. (108 час.), семестр изучения – 2, распределение по видам работ представлено в табл. № 1.

Таблица 1. Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ

Вид работы	Форма обучения
	очная
	Семестр изучения
	2 сем.
Кол-во часов	
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	108
Контактная работа, в том числе:	28
Лекции	14
Практические занятия	14
Самостоятельная работа студента	80
Промежуточная аттестация, в том числе:	
Зачет	2 сем.



**Распределение трудоемкости по видам контактной работы для заочной формы обучения (при наличии) корректируется в соответствии с учебным планом заочной формы обучения.*

4.2 Содержание и тематическое планирование дисциплины

Таблица 2. Тематический план дисциплины

Наименование разделов и тем дисциплины (модуля)	Сем.	Всего, час.	Вид контактной работы, час.			СРС
			Лекции	Практ. занятия	Лаб. работы	
Раздел 1. Введение в имиджологию. Имиджология как учебная дисциплина и наука. Теоретические основы и проблемы имиджологии	2	15	2	2	-	11
Раздел 2. Имидж как научное понятие	2	16	2	2	-	12
Раздел 3. Имиджмейкеринг. Инструментарий имиджмейкерства	2	15	2	2	-	11
Раздел 4. Коммуникативные компоненты имиджа и их разработка	2	16	2	2	-	12
Раздел 5. Имидж руководителя: понятие, компоненты, структура	2	15	2	2	-	11
Раздел 6. Корпоративный имидж	2	16	2	2	-	12
Раздел 7. Проблемы и перспективы формирования и поддержания имиджа эффективного руководителя	2	15	2	2	-	11

**Распределение часов по разделам (темам) дисциплины для заочной формы обучения осуществляется научно-педагогическим работником, ведущим дисциплину.*

4.3 Содержание разделов (тем) дисциплин

Раздел 1. Введение в имиджологию. Имиджология как учебная дисциплина и наука. Теоретические основы и проблемы имиджологии

Введение в имиджологию. Предназначение имиджологии. Имиджология как наука о технологии личного обаяния. Задачи изучения дисциплины. Предмет и содержание курса. Теоретико-методологические основы имиджологии как науки и учебной дисциплины. Связь имиджологии с другими учебными дисциплинами. История становления и развития имиджологии. Имиджология как наука. Понятийный аппарат имиджологии. Место имиджологии среди общественных



наук. Связь имиджологии с психологией, социологией, философией, культурологией, костюмологией и другими науками. Научно-прикладной характер дисциплины. Практико-ориентированные направления имиджологии: имидждиagnostика, имиджконсультирование, имиджмейкинг (технологии построения и управления имиджем), имиджпрогностика.

Современное состояние и основные направления исследования проблемы имиджа. Психологические основания имиджологии. Объект и предмет имиджологии. Становление теории имиджологии и ее современные концепции. Имиджология – составляющая воспитанности современной личности. Имиджология – отрасль современного человековедения. Философские основы имиджологии. Ортобиотика как антропологическая основа имиджологии. Предназначение имиджологии как науки о технологии личного обаяния в контексте профессионального образования. Искусство самопрезентации. Имиджология в русле феноменальных традиций национальной культуры. Виды имиджологии: управленческая, предпринимательская, политическая, педагогическая, медицинская, средств массовой информации, банковская, сервисная, право-силовых структур, дипломатическая и др. Теоретические ответвления имиджологии: историческая, персональная, корпоративная, профессиональная, гендерная, семейная, политическая, реабилитационная.

Раздел 2. Имидж как научное понятие

Понятие имиджа. Актуализация внимания к имиджу в последние годы в российских традициях. Имидж, репутация, имиджирование. Типы имиджа. Индивидуальный и групповой имидж. Динамический имидж. Кинетический имидж. Рефлексирующий имидж. Социальный имидж. Выпуклый имидж. Средовый имидж. Габитарный имидж, его составляющие. Имидж персоны. Стереотипы имиджа. Формирование имиджа. Принципы построения адекватного имиджа. Имиджирование как форма самопрезентации. Факториальные теории самопрезентации. Принципы имиджирования. Принцип самовоспитания и самосовершенствования, принцип гармонии визуального образа, принцип речевого и коммуникативного воздействия, принцип саморегуляции и ортобиоза. Фасцинация, аттракция как механизмы имиджирования. Приоритетные функции имиджа: ценностные функции (личностно-возвышающая, психотерапевтическая и др.), технологические функции (социальная адаптация, высвечивание лучших личностно-деловых характеристик, сглаживание или сокрытие негативных личностных данных, концентрация внимания людей на себя, расширение возрастного диапазона общения и др.).

Раздел 3. Имиджмейкинг. Инструментарий имиджмейкерства

Теоретическая и практическая состоятельность имиджологии. Профессия «имиджмейкер» и ее специфика. Профессиональные качества, знания и навыки, необходимые имиджмейкеру. Социальная ответственность имиджмейкера. Понятие инструментария в имиджологии и специфика его использования.



Основные инструменты: позиционирование, манипулирование, мифологизация. Наиболее часто используемые приемы формирования имиджа: эмоционализация, акцентирование информации, замена целей, подача противоречивых сигналов, метафоризация, контекстное введение знаков. Оценка эффективности имиджевого воздействия с помощью опроса общественного мнения. Нейролингвистическое программирование: основные принципы и границы применения метода. Роль СМИ в создании имиджа персоны, идеи, организации. Методики использования инструментария имиджелогии. Модели визуальной коммуникации М. Маклюэна, Р. Арнхейма, П. Флоренского, Ю. Лотмана, К. Метца, Дж. Фиске, Б. Успенского, Р. Барта, У. Эко. Перформанс; приемы работы с массовой аудиторией. Психология выбора. Фейсбилдинг – методика и технология осознанного использования выразительности лица в межперсональном общении. Жест как невербальный вариант коммуникации.

Раздел 4. Коммуникативные компоненты имиджа и их разработка

Современные требования, предъявляемые к речи носителя имиджа. Культура речи и ее влияние на создание позитивного образа. Техника работы над вербальным имиджем. Психология восприятия звучащего слова. Невербальный имидж и его компоненты. Неречевые характеристики личности и их значимость для имиджа. Имиджформирующая роль невербалики. Тон, мимика, язык телодвижений. Действие взгляда и улыбки. Элегантность манер. Стратегии устных коммуникаций. Специфика вербальных средств коммуникации в профессиональной деятельности. Речевой этикет.

Раздел 5. Имидж руководителя: понятие, компоненты, структура

Проблемы и перспективы формирования и поддержания имиджа эффективного руководителя. Персональная имиджелогия: теоретические аспекты самопрезентации. Компоненты имиджа руководителя: личностный, социальный, профессиональный. Составляющие внешнего и внутреннего имиджа руководителя. Свойства имиджа руководителя – адекватность, ответственность, устойчивость, целостность, презентабельность. Создание установки принятия имиджа руководителя: ситуативной, фиксированной. Создание позитивного имиджа руководителя: аттракция, импониование, гармоника, гармония. Социально-психологический тренинг имиджевых качеств личности. Имидж руководителя в структуре имиджа учреждения. Цели и задачи руководителя в работе по формированию имиджа организации. Построение и анализ имиджа руководителя.

Раздел 6. Корпоративный имидж

Понятие корпоративного имиджа. Роль имиджа учреждения (организации, кампании, фирмы) в условиях современного рынка услуг. Характеристика организации с учетом ее функциональных связей и решаемых задач. Внешний и внутренний имидж образовательной организации. Составляющие имиджа современного образовательного учреждения: авторитет, уважение, доверие,



культурное общение, качественное образование обучающихся, успешное поступление их после окончания образовательного учреждения в различные учебные заведения и др. Связь внутреннего имиджа с корпоративной культурой. Структура имиджа учреждения: образ руководителя, образ персонала, мнение социального окружения. Организационная культура. Корпоративный стиль. Корпоративный дизайн; визуальный стиль; символичный язык визуальных элементов, представляющих организацию. Изучение имиджа учреждения. Методы оценки. Оптимальная структура имиджа. Имидж руководителя и коллектива в структуре имиджа учреждения. Роль внешних атрибутов образовательного учреждения: эмблема, девиз. Организация связей с общественностью. Критерии и показатели эффективности формирования имиджа. Алгоритм совершенствования имиджа. Основные мероприятия по совершенствованию имиджа. Особенности имиджа образовательного учреждения. Критерии эффективности корпоративного имиджа. Построение и анализ имиджа образовательной организации.

Раздел 7. Проблемы и перспективы формирования и поддержания имиджа эффективного руководителя

Построение имиджа. Процесс построения имиджа как культивирование необходимой реакции на объект. Зависимость имиджа от конкретного исторического периода. Учет общественного мнения при построении имиджа. Треугольник имиджа: реальный, идеальный и созданный образы. Четырехтактная модель (алгоритм) формирования имиджа: определение требований аудитории, определение сильных и слабых сторон объекта, конструирование образа, перевод модели в реальность. Зависимость формируемого имиджа от характеристик аудитории: пола, возраста, религии, национальности и т.д. «Атмосфера» места. Управление имиджем. Процесс управления имиджем как интенсивное введение информации с прогнозируемой реакцией на нее. Факторы, влияющие на процесс управления имиджем: требования канала коммуникации, требования аудитории, требования задачи, возможности объекта. Системный характер введения имиджа в массовое сознание. Эмоциональная и рациональная составляющие. Четыре подхода к процессу построения и управления имиджем: маркетинговый, социологический, ситуативный, коммуникативный. Технология формирования имиджа личности. Стадии процесса консультирования по формированию имиджа: установление контакта; техника наблюдения; активное слушание; техника вопросов. Групповое и индивидуальное имиджирование. Телесно-ориентированное имиджирование. Личностно-центрированное (глубинное) имиджирование.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Для изучения дисциплины используются различные образовательные технологии:



1. Технологии проведения занятий в форме диалогового общения, которые переводят образовательный процесс в плоскость активного взаимодействия обучающегося и педагога. Обучающийся занимает активную позицию и перестает быть просто слушателем семинаров или лекций. Технологии представлены: групповыми дискуссиями, конструктивный совместный поиск решения проблемы, тренинг (микрообучение и др.), ролевые игры (деловые, организационно-деятельностные, инновационные, коммуникативные и др.).

2. Для организации процесса обучения и самостоятельной работы используются информационно-коммуникационные образовательные технологии, представленные в виде педагогических программных средств и электронной информационно-образовательной среды (ЭИОС). Технологии расширяют возможности образовательной среды, как разнообразными программными средствами, так и методами развития креативности обучаемых. К числу таких программных средств относятся моделирующие программы, поисковые, интеллектуальные обучающие, экспертные системы, программы для проведения деловых игр.

3. Технология обучения в сотрудничестве применяются при проведении семинарских, практических и лабораторных занятий, нацелены на совместную работу в командах или группах и достижение качественного образовательного результата.

4. При реализации образовательной программы с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения:

- состав видов контактной работы по дисциплине (модулю), при необходимости, может быть откорректирован в направлении снижения доли занятий лекционного типа и соответствующего увеличения доли консультаций (групповых или индивидуальных) или иных видов контактной работы;

- информационной основой проведения учебных занятий, а также организации самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) являются представленные в электронном виде методические, оценочные и иные материалы, размещенные в электронной информационно-образовательной среде (ЭИОС) университета, в электронных библиотечных системах и открытых Интернет-ресурсах;

- взаимодействие обучающихся и педагогических работников осуществляется с применением ЭИОС университета и других информационно-коммуникационных технологий (видеоконференцсвязь, облачные технологии и сервисы, др.);

- соотношение контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю) может быть изменено в сторону увеличения последней, в том числе самостоятельного изучения теоретического материала.



6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

6.1 Основная литература

1. Беляева, М. А. Азы имиджологии. Имидж личности, организации, территории : учебное пособие для вузов / М. А. Беляева, В. А. Самкова. — 2-е изд. — Москва, Екатеринбург : Кабинетный ученый, 2017. — 228 с. — ISBN 978-5-7584-0140-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/75000.html>

2. Головлева Е. Л., Грибок Н. Н., Мухаев Р. Т. Молодежная имиджология : учебное пособие. - Москва : Московский гуманитарный университет, 2015. - 175 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/74708>.

3. Ушакова Н. В., Стрижова А. Ф. Имиджология (3-е издание) : учебное пособие. - Москва : Дашков и К, 2017. - 264 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57073>.

6.2 Дополнительная литература

1. Третьякова, В. С. Речевая коммуникация: гармония и конфликт : [монография] / В. С. Третьякова ; Рос. гос. проф.-пед. ун-т. - Екатеринбург : Издательство РГППУ, 2009. - 230 с. - Режим доступа: <http://elar.rsvpu.ru/handle/123456789/6955>.

2. Гафиатулина Н. Х., Самыгин С. И. Социальная коммуникация в профилактике конфликтов : учебно-методическое пособие. - Москва : Русайнс, 2016. - 162 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/61659>.

3. Бендас, Т. В. Гендерная психология : учебное пособие для вузов [Гриф УМО] / Т. В. Бендас. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2016. - 431 с. - Режим доступа: <http://ibooks.ru/reading.php?productid=350607>.

4. Шуванов В.И. Социальная психология управления [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Коммерция» / В.И. Шуванов. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 467 с. — 978-5-238-01629-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71245.html>.— ЭБС «IPRbooks»

5. Абдурахманов Р. А. Социальная психология личности, общения, группы и межгрупповых отношений : учебник. - Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2018. - 368 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/72456>.

6. Чумиков, А. Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд (2-е издание) : учебное пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков. — Москва : Аспект Пресс, 2016. — 160 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57080.html>

7. Шомова С. А., Эркенова Ф. С., Караева В. А., Старых Н. В., Гринберг Т. Э., Сапкин А. В., Пискунова М. И., Пронина Е. Е., Калиберда Е. Г., Кузьменкова М. А., Шилина М. Г. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникативные стратегии : учебное пособие. - Москва : Аспект Пресс, 2011. - 198 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8968>.



6.3 Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

Интернет-ресурсы:

1. Информационный бизнес-портал. Режим доступа: <http://market-pages.ru/marketing/index.html>
2. Библиотека менеджмента. Режим доступа: <http://management-rus.ru/ssil.php>
3. Научная онлайн-библиотека Порталус . Режим доступа: <http://www.portalus.ru>
4. Научная электронная библиотека eLIBRARY . Режим доступа: <https://elibrary.ru/defaultx.asp>
5. Российская государственная библиотека . Режим доступа: <https://www.rsl.ru/>

Программное обеспечение:

1. Операционная система Windows.
2. Офисная система Office Professional Plus.

Информационные системы и платформы:

1. Система дистанционного обучения «Moodle».
2. Информационная система «Таймлайн».
3. Платформа для организации и проведения вебинаров «Mirapolis Virtual Room».

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Перечень материально-технического обеспечения для реализации образовательного процесса по дисциплине:

1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа.
2. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского (практического) типа, проведения групповых и индивидуальных консультаций, проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.
3. Учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ).
4. Читальный зал для магистрантов и аспирантов.

