

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

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.01.01 «ИМИДЖ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ»**

Направление подготовки 44.04.04 Профессиональное обучение (по
отраслям)

Профиль программы «Педагогические технологии в профессиональном
образовании»

Автор(ы): канд. психол. наук, доцент, Н.О. Садовникова
заведующий кафедрой

Одобрена на заседании кафедры профессиональной педагогики и психологии.
Протокол от «13» января 2022 г. №10.

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

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Имидж образовательной организации»: способствовать становлению психолого-педагогической компетентности магистров в вопросах формирования имиджа образовательной организации.

Задачи:

- формирование знаний основных социально-психологических механизмов и методов формирования имиджа образовательной организации;
- формирование навыков и умений создавать и презентовать позитивный имидж образовательной организации.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Имидж образовательной организации» относится к дисциплинам по выбору учебного плана.

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

1. Методология профессионального образования.
2. Инновационные технологии в профессиональном образовании.

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

1. Управление в профессиональной образовательной организации.
2. Преддипломная практика.
3. Научно-исследовательская практика.

3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

- УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели;
- УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия;
- ПКС-1 Способен осуществлять проектирование стратегии развития профессиональных образовательных организаций, организаций дополнительного профессионального образования в регионе.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:
Знать:



31. Сущность имиджа, его составляющие и роль в различных сферах общественных отношений;

32. Социально-психологические механизмы формирования имиджа;

33. Основные стратегии и методологические подходы к формированию имиджа.

Уметь:

У1. Определять социально-психологический профиль аудитории, личности, организации;

У2. Разрабатывать тактику формирования имиджа организации, личности, товара;

У3. Выявлять имиджевые характеристика личности, товара, организации;

У4. Анализировать и представлять результаты социально-психологического исследования, разработки рекомендаций по формированию имиджа.

Владеть:

В1. Приемами формирования положительного имиджа образовательной организации.

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 – 3, распределение по видам работ представлено в табл. № 1.

Таблица 1. Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ

Вид работы	Форма обучения
	очная
	Семестр изучения
	3 сем.
	Кол-во часов
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	108
Контактная работа, в том числе:	20
Лекции	10
Практические занятия	10
Самостоятельная работа студента	88
Промежуточная аттестация, в том числе:	
Зачет	3 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	
1. Теоретические основы имиджелогии	3	22	2	2	-	18
2. Структура и типология имидж	3	22	2	2	-	18
3. Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа	3	21	2	2	-	17
4. Стратегии и тактики построения имиджа	3	22	2	2	-	18
5. Имидж образовательной организации.	3	21	2	2	-	17

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

4.3 Содержание разделов (тем) дисциплин

Раздел 1. Теоретические основы имиджелогии

Объект и предмет имиджелогии. Место имиджелогии в системе современных наук. Понятие имиджа, его социально-психологическая природа. Роль имиджа в современном обществе. Зарубежные и отечественные подходы к исследованию имиджа: изучение социальных групп и группового поведения, групповые эффекты, социальное взаимодействие, социальные стереотипы.

Раздел 2. Структура и типология имидж

Имидж как психический образ. Основные характеристики имиджа. Его виды: по направленности, по эмоциональной окраске, по направленности PR-деятельности, по степени рациональности восприятия, по содержанию имиджа. Типологии по области применения: бизнес, реклама, шоу-бизнес, политика, управление организацией.

Раздел 3. Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа

Потребности как психологические предпосылки возникновения индустрии имиджа. Коммуникативная модель формирования имиджа. Каналы передачи информации. Тройственное понимание субъекта имиджа: субъект воспринимающий (аудитория), субъект транслирующий (прообраз) и субъект формирующий (имиджмейкер).



Формирование имиджа как субъект-субъектное взаимодействие. Формирование имиджа как создание социальной реальности в сознании людей. Понятие социально-психологического влияния. Убеждение. Внушение. Самопродвижение, заражение, пробуждение импульса к подражанию, принуждение, деструктивная критика, игнорирование, манипуляция. Особенности применения печатных (книги, газеты, журналы) и электронных (радио, телевидение, Интернет) средств массовой информации. Имидж как предмет информационно-психологического противоборства.

Раздел 4. Стратегии и тактики построения имиджа

Имиджмейкинг как сфера деятельности. Стихийность и целенаправленность в формировании имиджа. Характеристика этапов формирования имиджа: изучения объекта, оценка аудитории, коррекция характеристик объекта, символизация, позиционирование, презентация имиджа. Выявление имиджевых качеств объекта. Обеспечение постоянства имиджа.

Раздел 5. Имидж образовательной организации.

Понятие корпоративного имиджа, имидж организации. Внутренний и внешний имидж. Изучение имиджа организации. Методы оценки. Оптимальная структура имиджа. Связь внутреннего имиджа с организационной культурой. Имидж руководителя в структуре имиджа организации. Компоненты имиджа руководителя: личностный, социальный, профессиональный. Стили управленческой деятельности и типы имиджа руководителя. Психологическая характеристика параметров имиджа. Роль внешних атрибутов организации: эмблема, девиз. Критерии и показатели эффективности формирования имиджа. Управление корпоративным имиджем.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Для изучения дисциплины используются различные образовательные технологии:

1. 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.

2. Изложение содержания сопровождается презентацией (демонстрацией учебных материалов, представленных в различных знаковых системах, в т.ч. иллюстративных, графических, аудио- и видеоматериалов).



3. Занятие, посвященное освоению конкретных умений и навыков по предложенному алгоритму.

4. Эвристическая беседа преподавателя и студентов, обсуждение заранее подготовленных сообщений, проектов по каждому вопросу плана занятия с единым для всех перечнем рекомендуемой обязательной и дополнительной литературы.

5. Последовательное изложение материала в дисциплинарной логике, осуществляемое преимущественно вербальными средствами (монолог преподавателя).

6. Коллективное обсуждение какого-либо спорного вопроса, проблемы, выявление мнений в группе.

7. Как правило, не имеет детально проработанной структуры; учебно-познавательная деятельность студентов осуществляется в рамках рамочного задания, подчиняясь логике и интересам участников проекта, жанру конечного результата (газета, фильм, праздник и т.п.).

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

2. Беляева, М. А. Азы имиджелогии. Имидж личности, организации, территории : учебное пособие для вузов / М. А. Беляева, В. А. Самкова. — 2-е изд. — Москва, Екатеринбург : Кабинетный ученый, 2017. — 228 с. — ISBN 978-5-7584-



0140-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/75000.html>

3. Грошев, И. В. Организационная культура : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Менеджмент», по экономическим специальностям / И. В. Грошев, А. А. Краснослободцев. — 2-е изд. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 535 с. — ISBN 978-5-238-02384-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/109169.html>

4. Масалова, Ю. А. Организационное поведение : учебное пособие / Ю. А. Масалова. — Новосибирск : Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИИХ», 2020. — 264 с. — ISBN 978-5-7014-0952-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/106151.html>

5. 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>

6.2 Дополнительная литература

1. Грошев, И. В. Организационная культура : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Менеджмент», по экономическим специальностям / И. В. Грошев, А. А. Краснослободцев. — 2-е изд. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 535 с. — ISBN 978-5-238-02384-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/109169.html>

2. Джордж Дж.М. Организационное поведение. Основы управления [Электронный ресурс] : учебное пособие для вузов / Дж.М. Джордж, Г.Р. Джоунс. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 460 с. — 5-238-00512-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52063.html>. — ЭБС «IPRbooks»

3. Красовский Ю.Д. Организационное поведение [Электронный ресурс] : учебник / Ю.Д. Красовский. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 487 с. — 978-5-238-02186-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8106.html>. — ЭБС «IPRbooks»

6.3 Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

Интернет-ресурсы:

1. Сайт движения WorldSkillsRussia. Режим доступа: <http://worldskillsrussia.org/>

2. Агенство стратегических инициатив. Режим доступа: <https://asi.ru/>

3. Ассоциация менеджеров России . Режим доступа: <http://www.amr.ru/>

4. Библиотека менеджмента. Режим доступа: <http://management-rus.ru/ssil.php>

5. Информационный бизнес-портал. Режим доступа: <http://market-pages.ru/marketing/index.html>



6. Каталог образовательных интернет-ресурсов. Режим доступа: http://www.edu.ru/index.php?page_id=6

7. Межрегиональная ассоциация деловых библиотек. Режим доступа: <http://www.library.ru>

8. Научная электронная библиотека. Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>

9. Российская государственная библиотека. Режим доступа: <https://www.rsl.ru/>

10. Сайт Министерства общего и профессионального образования Свердловской области. Режим доступа: <http://www.minobraz.ru>

Программное обеспечение:

1. Web-сервер Windows Web Server.
2. Браузер Chrome.
3. Операционная система Windows.
4. 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 семинарского (практического) типа, проведения групповых и индивидуальных консультаций, проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.
2. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа с мультимедийным оборудованием.
3. Медиа-зал.
4. Читальный зал для магистрантов и аспирантов.

