

Министерство культуры Российской Федерации  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ  
КУЛЬТУРЫ»**

Информационно-библиотечный факультет  
Кафедра документоведения и информационной культуры

УТВЕРЖДАЮ  
Зав. кафедрой  
документоведения  
и информационной культуры  
Н.Б.Зиновьева 

26.08. 2015г.

**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ  
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Б1.В.ДВ.7.1 Имиджелогия**

Направление подготовки **46.03.02 – Документоведение и архивоведение**

Профиль подготовки **Делопроизводство в органах исполнительной власти и местного самоуправления**

Квалификация (степень) выпускника - **бакалавр**

Форма обучения - очная, заочная

Составитель:  
Штратникова А.В., к.п.н., доцент

  
(подпись) \_\_\_\_\_ (Ф.И.О.)

**Краснодар 2015**

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цели** освоения дисциплины (модуля) – формирование у студентов целостного представления о назначении, формах, методах, технологиях имиджологии. Данная цель достигается систематизированным изложением основных проблем технологий создания имиджа. Достижение этой цели предполагает решения ряда задач, главная из которых связана с полным и всесторонним изучением проблем имиджирования. Кроме того, изучение дисциплины предполагает анализ различных точек зрения на то, что такое имиджология как наука, какова ее практическая направленность, каково ее место и роль в системе научного знания, какова степень ее взаимодействия с другими науками. Описание такого проблемного поля включает ряд более конкретных задач.

### **Задачи:**

- проанализировать имидж как составляющую современной цивилизации;
- выделить предмет, объект и метод имиджологии как науки;
- систематизировать основные понятия имиджологии, используемые в теории и практике имиджирования;
- охарактеризовать основные направления имиджирования в различных сферах жизнедеятельности;
- обобщить и классифицировать технологии конструирования имиджа;
- проанализировать имидж в различных контекстах;
- дать представление о теоретических и практических затруднениях, возникающих в деятельности имиджмейкера;
- раскрыть роль и значение деятельности имиджмейкера на современном этапе развития;
- показать перспективы развития имиджологии.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

В соответствии со структурой учебного плана по направлению подготовки 46.03.02 Имиджология занимает важнейшее место в становлении будущего профессионала социокультурной сферы. Курс «Имиджология», используя внутрисистемные и межсистемные связи, взаимодействует с целым комплексом дисциплин: Психология, История, Культурология, Деловой этикет и др.

## 3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки (специальности):

### **а) общекультурных (ОК)**

способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);

способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);

способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);

способностью уважительно и бережно относиться к историческому наследию и культурным традициям (ОК-11).

### **б) профессиональных (ПК)**

владением основами информационно-аналитической деятельности и способностью применять их в профессиональной сфере (ПК-2);

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны:

**знать:** основные подходы к определению связей с общественностью, исторические формы коммуникации. социально-психологические основы и модели построения деятельности в области связей с общественностью; инструментарий связей с общественностью, основные формы подачи новостных материалов;

**уметь:** управлять коммуникативными потоками любой структуры (в т.ч. и организации), а также решать задачи коммуникативной организации. Налаживать позитивные отношения между данной структурой и общественностью с использованием коммуникативных закономерностей;

**владеть:** методами воздействия на потребителя информации; и методами управления кризисом; программным и организационным аспектами управления PR-деятельностью и процедурными технологиями; технологиями связей с общественностью в различных сферах коммуникативного пространства.

#### **4. ОБЪЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (216 часов). Дисциплина реализуется во 2-3 семестре. Форма промежуточной аттестации – экзамен в 3 семестре.

