

**Аннотация
рабочей программы дисциплины
Б.1 В. ОД.11 «Имиджелогия»**

Для направления подготовки: 38.03.01 - «Экономика»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Аннотация:

Опора на собственный индивидуальный, узнаваемый имидж чрезвычайно актуальна в современной ситуации. Проблемой имиджа и технологией его реализации занимается научно-прикладная отрасль знаний – имиджелогия. Её предназначение – обосновать создание имиджа в широком понимании термина, в том числе посредством внешнего облика, моделей поведения в соответствии с жизненными ситуациями.

Цели дисциплины:

Вооружить студентов общими знаниями теоретических основ, механизмов и методов формирования имиджа, технологиями презентаций и самопрезентаций, умений пользоваться др. прикладными дисциплинами (цветоведение, костюмографика, основы композиции, физиогномика и др.) Формирование толерантности, способности к диалогу и готовности к сотрудничеству.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- сущность имиджа, его составляющие и роль в различных сферах общественных отношений;
- основы теоретических подходов к проблеме имиджа, принципам его формообразования;
- социально-психологические и художественные механизмы формирования имиджа.

Уметь:

- анализировать профиль аудитории, организации, личности;
- разработать имидж своего изделия;
- разрабатывать рекомендации и предложения для изменения имиджа.

Владеть:

- практическими навыками и технологиями создания личного и корпоративного имиджа посредством костюма и его составляющих.

Содержание компетенции

ОК-5 - способен работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

Краткое содержание дисциплины по разделам:

1. Введение в Имиджелогия. Типы имиджей.
2. Основы построения имиджей. Этикет
3. Невербальные языки общения. Этикет.
4. Стилистика в одежде.
5. Имидж и мифы.
6. Речевой этикет.
7. Рекламный образ. Символы и легенды.
8. Образы пространства.
9. Образы времени. Возраст.
10. Образ жизни и смерти.
11. Технологии PR.
12. Имидж руководителя.
13. Имидж звезды
14. Корпоративная культура и имидж.
15. Разработка и применение стратегии формирования имиджа.

Основная литература:

1. Бер Е. Хорошие манеры и деловой этикет. – М: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 618 с.
2. Огилви Д.М. Огилви о рекламе / Огилви Д.М.; пер. с англ. Гостева А. и Новиковой Т., ред. Трушковой М. - Москва: Эксмо, 2011. – 240 с.
3. Смирнов Г.Н. Этика деловых отношений. – М: Проспект, 2014. 272 с.