Государственное образовательное учреждение

«Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко»

Факультет педагогики и психологии

Кафедра психологии

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета педагогики и психологии

_____ Л.И. Васильева

«26» сентября 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

«Имиджелогия и личный брендинг»

на 2023/2024 учебный год

Направление подготовки:

5.37.04.01 Психология

Профиль подготовки

«ПСИХОЛОГИЯ МЕНЕДЖМЕНТА И УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ»

квалификация выпускника

МАГИСТР

Форма обучения:

Очная/очно-заочная

Год набора:

2022

Тирасполь, 2023

Рабочая программа дисциплины «Имиджелогия и личный брендинг» разработана в соответствии с требованиями Государственного образовательного стандарта ВО по направлению подготовки 37.04.01 «Психология» (Приказ № 841 от 29 июля 2020 г) и основной образовательной программы (учебного плана) по профилю подготовки «Психология менеджмента и управления человеческими ресурсами»

Составитель рабочей программы

доцент каф. психологии, к.пс.н. _____ В.И. Кучерявенко

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры психологии

«15» сентября 2023 г. протокол № 1

Зав. кафедры-разработчика

«15» сентября 2023 г. _____к.пс.н, доц. В.И. Кучерявенко

1. ***Цели и задачи освоения дисциплины «Имиджелогия и личный брендинг»***

Целью освоения дисциплины «Имиджелогия и личный брендинг» является формирование у студентов теоретических знаний в области имиджелогии, практических знаний и навыков в области управления персональным, профессиональным и корпоративным имиджем.

Достижение поставленной цели возможно при решении ряда основных **задач курса**:

- Изучить историю имиджелогии как самостоятельной научно-прикладной дисциплины;
- Выявить роль имиджелогии и брендинга в современном менеджменте
- Рассмотреть основные концепции имиджелогии, содержащие базовые понятия;
- Изучить структуру имиджа, его составляющие;
- Изучить современные типологии имиджа и брендинга;
- Рассмотреть функции и значения имиджа и брендинга;
- Изучить инструментарий имиджелогии и методики его использования;
- Рассмотреть роль имиджа в процессах саморазвития, самореализации;
- Раскрыть теоретические аспекты самопрезентации и принципы имиджирования;
- Сформировать навыки создания, использования технологий имиджирования в области персональной и корпоративной имиджелогии;
- Овладеть технологией формирования имиджа для осуществления эффективного менеджмента в организации социальной сферы и образования
- Овладеть психологическими знания и технологиями имиджирования в процессе организации и осуществления современных подходов в работе с субъектами образовательной среды и социальной сферы

2. ***Место дисциплины «Имиджелогия и личный брендинг» в структуре ОПОП***

Дисциплина относится к вариативной части блока Б1 «Дисциплины» и имеет логическую связь с дисциплинами «Организационная психология», «Актуальные проблемы теории и практики современной психологии», «Информационные и коммуникационные технологии в деятельности психолога», «Практикум по управленческому консультированию и коучингу» и пр.

Межпредметные связи данного курса состоят с дисциплинами базовой части («Актуальные проблемы теории и практики современной психологии», «Деловой иностранный язык»), и с дисциплинами вариативной части («Организационное консультирование», «Психология профессиональной деятельности», «Психология профессиональной карьеры».

К «входным» знаниям, умениям и компетенциям обучающегося, необходимым при освоении дисциплины «***Имиджелогия и личный брендинг***» и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин, предъявляются следующие требования:

- Базовые знания в различных сферах жизни общества (экономика, политика, право, культура, экология, наука, образование, здравоохранение);
- Умение формулировать в устном и письменном виде научные понятия;
- Компетентность в области обработки и представления различных информационных материалов;
-Наличие развитых речевых навыков и богатого словарного запаса;

3. ***Требования к результатам освоения дисциплины*** «Имиджелогия и личный брендинг»:

Изучение дисциплины направлено на формирование компетенций, приведенных в таблице ниже:

Категория (группа) компетенций	**Код и наименование**	**Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции**

Универсальные компетенции и индикаторы их достижения		
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	**УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки**	ИД УК-6.1Знает: взаимосвязь своей профессии с другими смежными профессиями; возможные перспективы своей профессиональной карьеры; основы саморазвития, самореализации, самоменеджмента, самоорганизации, использования творческого потенциала собственной деятельности ИД УК-6.2 Умеет: осуществлять рефлексию собственной деятельности и профессионально важных личностных качеств; оценивать собственные дефициты на основе самоанализа, рефлексии, определять направления работы по восполнению дефицитов; анализировать потенциальные возможности и ресурсы среды для собственного развития; определять приоритетные задачи на основе выделенных критериев, имеющихся ресурсов и задач; осуществлять целеполагание и, в соответствии с поставленной целью и личностными возможностями, подбирать средства для ее достижения, представлять план, устанавливать последовательность и сроки реализации поставленных задач ИД УК-6.3 Владеет: навыками реализации намеченных целей с учетом условий, средств, личностных особенностей и тенденций развития сферы профессиональной деятельности, навыками тайм-менеджмента; проявляет инициативу в освоении новых знаний, методов, использует предоставленные возможности для приобретения новых знаний и навыков профессиональной деятельности
Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения		
Организует и планирует работу группы для решения задач психологической службы в образовании *Управляет исполнением работы*	**ПК-3** **Способен использовать психологические знания и технологии в процессе решения научно-прикладных задач**	ИД ПК3 -3.1 Знать: основные аспекты работы психолога с персоналом организации (отбор кадров, психодиагностика, оценка, адаптация, мотивация и развитие персонала, формирование организационной культуры, анализ организационного поведения); базовые подходы к психологическому анализу профессиональной деятельности менеджера, явлений в сфере

Мотивирует сотрудников *Администрирует процесс поиска, подбора и отбора персонала, процессы учета и движения кадров* *Создает план оценки, отбора, обучения, развития и карьерного роста персонала, разрабатывает программы повышения мотивации персонала* *Мотивирует и координирует работу сотрудников кадровой службы*	**психологического обеспечения организационного развития, укрепления кадрового потенциала и профессионального здоровья персонала организаций**	организационной психологии и совместной деятельности по достижению организационных целей, психологии управления организационными изменениями ИД ПК 3.2 Уметь: осуществлять подготовку общей схемы проведения диагностико – оптимизационной работы с персоналом организаций; отбирать конкретные методы, соответствующие специфике организационных проблем, с целью формирования системы позитивных межличностных отношений, психологического климата и организационной культуры в организациях ИД ПК -3.3 Владеть: средствами психологического анализа различных форм организационных взаимодействий для определения специфики проблем, характерных для сотрудников конкретных организаций; конкретными методами и формами проведения организационно психологических исследований; методами практической работы психолога в организации, с целью формирования системы позитивных межличностных отношений, психологического климата и организационной культуры в организациях
Организует и планирует работу группы для решения задач психологической службы в образовании *Управляет исполнением работы* *Мотивирует сотрудников* *Администрирует процесс поиска, подбора и отбора персонала, процессы учета и движения кадров* *Создает план оценки, отбора, обучения,*	**ПК-4 Способен к реализации психологических технологий, при разработке и внедрении прикладных проектов, ориентированных на обучение, развитие и личностный рост сотрудников организации**	ИД ПК 4.1 Знать: специфику психологических технологий, при разработке и внедрении прикладных проектов, ориентированных на обучение, развитие и личностный рост сотрудников организации и подходы к осуществлению организационных изменений ИД ПК 4.2 Уметь: разрабатывать и осуществлять прикладные проекты, ориентированные на обучение, развитие и личностный рост сотрудников организации и на внедрение организационных изменений ИД ПК 4.3 Владеть: психологическими технологиями при разработке и внедрении прикладных проектов, ориентированных на обучение, развитие и личностный рост сотрудников организации и подходы к

развития и карьерного роста персонала, разрабатывает программы повышения мотивации персонала *Мотивирует и координирует работу сотрудников кадровой службы*		осуществлению организационных изменений.
На основании теоретического анализа проблем формулирует конкретные гипотезы, цели и задачи научного исследования *Выбирает методы и планирует научное исследование. Оценивает соответствие исследования этико-деонтологическим нормам* *Самостоятельно реализует сбор, анализ и интерпретацию данных* *Готовит научные отчеты, публикацию и презентацию результатов исследования (в письменной, устной и виртуальной формах)* *Определяет потребности в человеческих ресурсах и соотносит их с рынком труда* *Проводит анализ и спецификацию трудовой деятельности*	**ПК-6** **Способен представлять исследовательские достижения, в соответствие с современными стандартами профессионального сообщества**	ИД ПК -6.1 Знать: способы представления результатов научных исследований в различных формах (научные публикации, доклады, мультимедийные презентации и др.); структуру научных статей, докладов, мультимедийных презентаций; способы презентации и апробации научных результатов; ИД ПК -6.2 Уметь: описывать и обобщать результаты научных исследований в различных формах (научные статьи, тезисы, доклады); вести научную дискуссию и обсуждение полученных данных; осуществлять обработку данных психолого-педагогических исследований на основе использования современных информационных технологий, средств вычислительной техники, коммуникаций и связи; составлять обзоры, аннотации, отчеты, аналитические записки, профессиональные публикации, информационные материалы по результатам исследовательских работ в области организационной психологии. ИД ПК-6.3 Владеть: современными методами оформления и презентации результатов научного исследования навыками представления исследовательских достижений в виде мультимедийных презентаций в соответствии с принятыми стандартами и форматами профессионального сообщества. навыками выступления с сообщениями и докладами по тематике проводимых исследований

4. Структура и содержание дисциплины «Имиджелогия и личный брендинг»***:***

4.1. Распределение трудоемкости в з.е. /часах по видам аудиторной и самостоятельной работы студентов по семестрам:

Семестр	Трудоемкость, з.е./часы	Количество часов					Форма контроля
		В том числе					
		Аудиторных				Самостоятельная Работа (СР)	
		Всего	Лекций (Л)	Практических Занятий (ПЗ)	Лабораторных Занятий (ЛЗ)		
4	**2/72**	*40*	*6*	*34*	-	32	Зачет
Итого:	**2/72**	**40**	**6**	**34**	**-**	**32**	

4.2. Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины

№ раздела	Наименование раздела	Количество часов				
		Всего	Аудитор. работа			СР
			Лк	ПЗ	ЛЗ	
1	Предмет психологии имиджа и личного брендинга	18	2	8	-	8
2	Личностные истоки индивидуального имиджа и личного брендинга	18		10	-	8
3	Социально-психологические механизмы построения индивидуального имиджа и личного брендинга	18	2	8	-	8
4	Групповой имидж. Имидж и бренд организации: механизмы формирования.	18	2	8	-	8
Итого:		**72**	**6**	**34**	**-**	**32**

4.3. Тематический план по видам учебной деятельности:

Лекции

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем час.		Тема лекции	Учебно-наглядные пособия
		оч	зо		

1	1	2	Понятие и виды имиджа. Предмет психологии имиджа. Прикладные области психологии имиджа как науки. Бренд и брендинг: основные понятия	Презентация Power Point
2.	3	2	Имидж как фактор саморазвития, самореализации и использования творческого потенциала. Коммуникативная составляющая имиджа. Язык как средство формирования имиджа. Имидж и бренд. Технология создания персонального бренда.	Уч-методическое пособие, презентация Power Point
3.	4	2	Имидж и брендинг организации: механизмы формирования.	Презентация Power Point
Всего		**6**		

Практические (семинарские) занятия

№ п/п	**Номер раздела дисциплины**	**Объем час**	**Тема практического занятия**	Учебно-наглядные пособия
1.	1	2	**Психологические основы имиджа.** Понятие «имидж», развитие представлений об имидже в истории и в различных науках (философия, социология, психология). Разведение понятий «имидж» и «мнение»; «имидж» и «образ», «имидж» и «репутация» и др.	Уч-методическое пособие, презентация Power Point
2.	1	2	**Предмет психологии имиджа.** Предмет психологии имиджа как отрасли психологической науки. Место психологии имиджа среди других наук. Цели и задачи психологии имиджа как науки. Предпосылки становления психологии имиджа в рамках общей и социальной психологии, психологии личности.	Уч-методическое пособие, презентация Power Point
3.	1	2	**Психологические и социально-психологические функции имиджа.** Виды имиджа. Профессиональный и личностный имиджи. Индивидуальный и групповой имиджи. Предметный имидж. Роль имиджа в различных сферах человеческой деятельности и общения. Имидж в маркетинге, рекламе, менеджменте, политике, шоу-бизнесе. Имиджевая регуляция потребительского (покупательского) и политического поведения.	Уч-методическое пособие, презентация Power Point
4.	1	2	**Психологические основы бренда. Понятие брендинга.** Структура бренда (рациональные, эмоциональные, символические и ценностные составляющие).	Уч-методическое пособие, презентация Power Point
		8	**Итого по разделу 1**	

5.	2	2	**Составляющие процесса имиджирования и брендирования.** Тройственное понимание субъекта имиджа: субъект воспринимающий (реципиент, аудитория), субъект транслирующий (прообраз, индуктор) и субъект формирующий (имиджмейкер). Формирование имиджа как субъект-субъектное взаимодействие. *Индуктор* (прообраз) как субъект самопредъявления. Осознанное и неосознанное индуцирование имиджа. Активность индуктора в создании своего имиджа. *Реципиент* (аудитория) имиджа как субъект восприятия имиджа. Активность рецепиента в процессе восприятия. Принцип активности восприятия в приложении к восприятию имиджа. Влияние имплицитной теории личности, личностных конструктов, мотивов, установок и стереотипов реципиента на складывающийся образ.	Уч-методическое пособие, презентация Power Point
6.	2	2	**Личность как индуктор имиджа.** Типология индукторов имиджа. Теория самомониторинга. Понятие индивидуального стиля самопредъявления. Имидж – «маска» и имидж – самораскрытие. Самопрезентация и самопредъявление личности. Самораскрытие личности в общении как способ формирования имиджа. Глубинные характеристики имиджа. Понятие харизматической личности и харизматического имиджа. Черты харизматической личности.	Уч-методическое пособие, презентация Power Point
7.	2	2	**Личностная и публичная идентичность как истоки имиджа.** Я-концепция и Я-образ. Взаимоотношения имиджа, *Я-реального*, *Я-идеального* и *Образа Я у других*. Понятие личностной идентичности. Типы идентичности. Личностная и социальная идентичность, их соотношение и взаимодействие. Личностная идентичность и публичная идентичность, их соотношение и взаимодействие. Публичная идентичность и имидж.	Уч-методическое пособие, презентация
8.	2	2	**Личность как реципиент имиджа.** Учет характеристик реципиента при построении индивидуального имиджа. Сензитивность к партнеру как качество индуктора, позволяющее ему ориентироваться на характеристики реципиента. Характеристики личности реципиента, их учет при построении имиджа. Когнитивная сложность/ простота реципиента, его полезависимость/ поленезависимость, учет этих характеристик при разработке имиджа.	Уч-методическое пособие, презентация Power Point
9.	2	2	**Аудитория имиджа** Малая и большая социальные группы как аудитория имиджа. Массовая аудитория имиджа. Методы психологической сегментации массовой аудитории. Использование фокус-групп для исследования характеристик аудитории имиджа. Совершенствование	Уч-мет. методическое пособие, презентация Power Point

			рефлексивно-перцептивных способностей. Развитие способностей по диагностике и экспрессии эмоционального состояния.	
		10	**Всего по разделу 2.**	
10.	3	2	**Индивидуальный имидж** Внешняя и внутренняя мотивация по созданию имиджа. Оригинальный и наведенный виды имиджа. Имидж, ориентированный на самоощущение, и имидж, ориентированный на восприятие. Механизмы каузальной атрибуции. Тело, лицо, поведение человека как объект его имиджа. Закономерности зрительного восприятия лица и фигуры человека. Психологическая характеристика стилей одежды. Применение в имеджмейкинге концепций конституциональной психологии Э.Кречмера и С.Шелдона.. Аффективная составляющая имиджа. Аттракция, ее роль в создании имиджа. Позитивный и негативный имидж. Факторы формирования аттракции. Каналы трансляции имиджа: сознание – сознание, сознание – подсознание, подсознание – подсознание, подсознание – сознание, (сознание) – подсознание --- подсознание. Сравнение эффективности различных каналов.	Уч-мет. методическое пособие, презентация Power Point
11.	3	2	**Механизмы социально-психологического 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. Манипуляции общественным сознанием. Деструктивное влияние манипуляции на личность. Противодействие негативному психологическому воздействию. Этические проблемы деятельности психолога по формированию имиджа клиента. Проблема психологической безопасности рекламных и PR- технологий. Формирование имиджа в среде массовой коммуникации. Роль средств массовой информации в формировании социальной реальности. Особенности применения печатных (книги, газеты, журналы) и электронных (радио, телевидение, Интернет) средств массовой информации. Реклама и паблик рилейшенз (PR) как средство формирования образа социальных объектов. Имидж как предмет информационно-психологического противоборства.	Уч-мет. методическое пособие, презентация Power Point
12.	3	2	**Технология создания индивидуального имиджа и бренда** Этапы процесса создания имиджа. Постановка имиджевой цели. Разработка желаемого образа («публичной идентичности»). Анализ имеющихся и необходимых, но отсутствующих качеств для построения желаемого образа («инвентаризация»). Выбор средств самопрезентации и каналов трансляции имиджа. Этапы вхождения в образ: имитационный образ, ролевой образ, жизненный образ, их	Уч-мет. методическое пособие, презентация Power Point

			характеристика. Имидж «дельфина» и «акулы», их характеристика.	
13.	3	2	**Манипулятивный и открытый имидж.** Манипулятивный и открытый имидж, сферы их использования и ограничения. Эффективность различных стилей самопредъявления. Стратегии управления индивидуальным имиджем. Виды индивидуальных стратегий: создание массового имиджа; построение целевого имиджа; «креативный взрыв». Использование этих стратегий для различных имиджевых целей. Технические приемы построения эффективного имиджа: техники создания узнаваемого образа; техники формирования позитивного отношения; техники возвышения имиджа.	Уч-мет. методическое пособие, презентация Power Point
		8	**Итого по разделу 3**	
14.	4	2	**Корпоративный имидж** Понятие корпоративного имиджа. Организация как индуктор корпоративного имиджа. Персонификация как механизм формирования имиджа организации. Корпоративный имидж и групповой имидж. Внутренний и внешний имидж организации, необходимость их единства как основы корпоративного имиджа.	Уч-мет. методическое пособие, презентация Power Point
15.	4		**Корпоративная культура** Структура корпоративной культуры. Роль легенды и миссии. Факторы, влияющие на корпоративную культуру. Виды корпоративных культур, их влияние на имидж организации. Методы модификации (развития) корпоративной культуры.	Уч-мет. методическое пособие, презентация Power Point
16.	4	2	**Имидж организации** Исторический подход к проблематике имиджа организации. Сущность, значение, виды и типы имиджа, структура, механизм формирования и способы построения имиджа организации. Технологии формирования имиджа для осуществления эффективного менеджмента в организации.	Уч-мет. методическое пособие, презентация Power Point
17.	4	2	**Роль личности руководителя в формировании корпоративного имиджа и бренда организации** Ориентация корпоративного имиджа на восприятие. Цель создания корпоративного имиджа и бренда, функции корпоративного имиджа. Имидж и позиционирование организации.	Уч-мет. методическое пособие, презентация Power Point
		8	**Итого по разделу 4**	
Итого:		**32**		

Самостоятельная работа обучающегося

Раздел дисциплины	**№ п/п**	**Тема и вид самостоятельной работы обучающегося**	**Трудоемкость (в часах)**
Раздел 1	1	Вид СРС 1. Работа с материалом из учебно-методического пособия «Имиджелогия. Как нравиться людям»// В.М. Шепель., М.- 2002 . (Глава «Имидж как научное понятие (Санатулова А.Ш.))	3
	2	Вид СРС 2. Работа с конспектом лекции по темам раздела	2
	3	Вид СРС 3. Работа с психологическим словарем. Составление глоссария по темам раздела	3
		Итого по разделу часов	**8**
Раздел 2	1	Вид СРС 1. Подготовка ответов на контрольные вопросы: 1) Что такое сензитивность к партнеру? Как она влияет на эффективность имиджа? 2) Зачем нужно учитывать особенности личности реципиента при построении имиджа? 3) Какие характеристики личности реципиента влияют на восприятие ими имиджа индуктора? 4) Что такое когнитивная сложность/ простота? Как это качество влияет на восприятие других людей? 5) Что такое полезависимость/ поленезависимость, как она влияет на восприятие имиджа? 6) В чем особенность малой группы как аудитории имиджа? 7) В чем особенность большой группы как аудитории имиджа? 8) Какие вы знаете методы психологической сегментации массовой аудитории? 9) Для чего используется метод фокус-групп и в чем он состоит?	5
	2	Вид СРС 2. Подготовка презентаций по темам раздела	3
		Итого по разделу часов	**8**
Раздел 3	1	Вид СРС 1. Подготовка ответов на контрольные вопросы: 1) Что такое ошибки иллюзорных корреляций? Почему их нужно анализировать и учитывать при проектировании имиджа? 2) Какие вы знаете закономерности восприятия тела, лица, фигуры, одежды человека? 3) Что такое аттракция и какова ее роль в создании имиджа? 4) Каковы факторы формирования аттракции? 5) Какие можно выделить каналы трансляции индивидуального имиджа? Какой из них наиболее эффективный и почему? 6) Почему имидж можно рассматривать как символическую структуру? 7) Каковы критерии эффективности индивидуального имиджа?	3

	2	Вид СРС 2. Аннотация главы 2 (Технология имиджирования: позиционное представление самопрезентации) из уч-методического пособия «Имиджелогия. Как нравиться людям»// В.М. Шепель, М. - 2002.	2
	3	Вид СРС 3.Подготовка рефератов	3
		Итого по разделу часов	**8**
Раздел 4	1	Вид СРС 1. Подготовка портфолио с рекомендациями по формированию индивидуального имиджа руководителя и группового имиджа организации	3
	2	Вид СРС 2.Конспектирование первоисточников	2
	3	Вид СРС 3. Работа со словарем. Изучение основных понятий раздела	3
		Итого по разделу часов	**8**
		Итого	**32**

5. Примерная тематика курсовых работ по дисциплине «Имиджелогия и личный брендинг***»:***

Не предусмотрено учебным планом

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

6.1. Обеспеченность обучающихся учебниками, учебными пособиями

№ п\п	Наименование учебника, учебного пособия	Автор	Год издания	Ко-во экземпляров	Электронная версия	Место размещения электронной версии
Основная литература						
1	Имидж психолога	Бозаджиев В.Л.	2009	-	+	Аудитория 307 корпус Г
2.	Формирование имиджа; стратегия, психотехнологии, психотехники	Панасюк А.Ю.	2007	-	+	Аудитория 307 корпус Г
3.	Имиджелогия: учебное пособие.	Шкуратова И.П.	2014	-	+	Аудитория 307 корпус Г
4.	Психология имиджа	Перелыгина Е.Б.	2002	-	+	Аудитория 307 корпус Г
5.	Имиджеология	Шепель В.М.	2001.	-	+	Аудитория 307 корпус Г
Дополнительная литература						
1	Психология социального познания	Андреева Г.М.	2000	-	+	Аудитория 307 корпус Г
2.	Что вы говорите после того, как сказали «Привет»: психология человеческой	Берн Э.	2004	-	+	Аудитория 307 корпус Г

	судьбы					
3.	Психолог: профессия и личность	Бозаджиев В.Л.	2011.	-	+	Аудитория 307 корпус Г
4.	Эффективный самомаркетинг. Искусство создания положительного образа.	Джеймс Дж.	1998.	-	+	Аудитория 307 корпус Г
5.	Имиджелогия. Как нравиться людям	Шепель В.М.	2002.	-	+	Аудитория 307 корпус Г
6.	Манипуляция сознанием.	Кара-Мурза. С.Г.	2008	-	+	Аудитория 307 корпус Г
7.	Психология моды	Килошенко М.И.	2006.	-	+	Аудитория 307 корпус Г
8.	Чтение по жестам: научитесь читать мысли собеседников по их движениям и выражению лица.	Коэн Д.	2003.	-	+	Аудитория 307 корпус Г
9.	Невербальное поведение	Лабунская В.А.	1986	-	+	Аудитория 307 корпус Г
10.	Я - Ваш имиджмейкер и готов помочь сформировать Ваш профессиональный имидж.	Панасюк А.Ю.	2003.	-	+	Аудитория 307 корпус Г
11.	Тайны имиджа: Учебно-методическое пособие.	Фадеева Е.И.	2002	-	+	Аудитория 307 корпус Г
Итого по дисциплине: 100 % электронных изданий						

6.2. Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

Интернет-библиотеки

1)ido.edu.ru/psychology
2)pedlib.ru (раздел «литература – психология»)
3)yurpsy.by.ru/biblio
4)psylib.org.ua
5)koob.ru (раздел «научная психология»)
6) alleng.ru/ (раздел «Психология»)
7). psylib.myword.ru
8) psycheya.ru
9) .psychology.ru/Library
10) psychology.net.ru
11) psycho.all.ru
12) psychology-online.ru

6.3. Методические указания и материалы по видам занятий

Рекомендации по подготовке папки портфолио по дисциплине
«Имиджелогия и личный брендинг**»**
к промежуточной аттестации

Организация курса «Имиджелогия и личный брендинг» кроме лекций, семинаров практических занятий включает

1) конспектирование и аннотирование материалов к практическим занятиям

2) написание рефератов

3) составление глоссария психологических терминов – понятий и пр.

Самостоятельная работа – это особо организованный вид учебной деятельности, который предполагает изучение исторического наследия прошлого по данной дисциплине, исследований современных российских и зарубежных ученых, учебной и дополнительной литературы, обработку своих конспектов лекций.
Самостоятельная работа должна отвечать определенным требованиям. Во-первых, планомерность, разумное использование личного времени, хорошо продуманный и строго соблюдаемый режим труда.

Во-вторых, регулярность и последовательность изучения учебных материалов. Ничто так не снижает эффективность самостоятельной работы, как занятия от случая к случаю.

В-третьих, сознательная активность. Данное требование обусловлено самой природой человеческого познания как процесса активного отражения в сознании людей внешнего мира.

Самостоятельная работа студентов включает в себя следующие виды деятельности:

· изучение рекомендуемой литературы;

· подготовка к лекционным занятиям (повторение пройденного материала, составление глоссария);

· подготовка докладов для семинарских занятий;

· проведение тестовых испытаний и обработка полученных результатов;

· подготовка и написание рефератов;

· подготовка к зачёту.

Подготовка к семинарским и практическим занятиям предполагает выполнение студентами заданий, предусмотренных для каждого семинарского и практического занятия.

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины: электронная библиотека, программа и кейсы с материалом по темам в электронном виде, учебная обязательная и дополнительная литература, комплект презентаций.
Лекционная аудитория № 307
Посадочных мест обучающихся-23
Посадочных мест преподавателя-3
Компьютер -13
Проекционный экран-1
Программное обеспечение:
MicrosoftWindows 10, MicrosoftOffice 2016, Adobeacrobatreader, ABBYfinereader 10, Zoom, AdobePhotoshopCS 6, SPSS Statistics, VLCplayer, WindowsMediaplayer, АнтивирусNOD 32, браузеры (Googlechrome, Microsoftedge).

8. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины
Требования к представлению и оформлению результатов СРС

Самостоятельная работа студентов должна обладать следующими признаками:

-быть выполненной лично студентом или являться самостоятельно выполненной частью коллективной работы согласно заданию преподавателя

-представлять собой законченную разработку (законченный этап разработки), в которой раскрываются и анализируются актуальные проблемы по определённой теме и её отдельным

аспектам (актуальные проблемы изучаемой дисциплины и соответствующей сферы практической деятельности);

-демонстрировать достаточную компетентность автора в раскрываемых вопросах;

-иметь учебную, научную и/или практическую направленность и значимость (если речь идет об учебно-исследовательской работе);

-содержать определенные элементы новизны (если СРС проведена в рамках научно-исследовательской работы).

Виды контроля СРС соответствуют видам контрольных мероприятий, предусмотренных учебной программой о системе оценки успеваемости студентов и предполагают:

текущий контроль, то есть оперативное, регулярное отслеживание уровня выполнение СРС на лекциях, лабораторных и практических занятиях;

рубежный контроль по окончании изучения дисциплины;

промежуточный контроль, который предполагает учет объема, своевременности и качества выполнения СРС по дисциплине за весь модуль или семестр и осуществляется на зачете или экзамене.

В качестве форм контроля СРС могут быть использованы:

экспресс-опрос на лекции, лабораторных и практических занятиях;

текущий устный выборочный опрос на лабораторных и практических занятиях;

защита контрольных работ;

проверка письменных работ;

письменное рецензирование;

индивидуальное собеседование, консультация;

коллоквиум;

тестирование;

блиц-опрос;

самооценка;

взаимооценка;

рецензирование, защита творческих работ (эссе, реферата);

выступление с докладом, презентацией и другие виды на усмотрение преподавателя.

Применение перечисленных форм контроля СРС не исключает варианта, когда результат выполнения ВСР будет учтен единожды, при выставлении оценки при промежуточном контроле. При рубежном контроле выполнение студентом КСР (при наличии ее в графике самостоятельной работы), должно быть отражено обязательно.

При проведении контрольных мероприятий преподаватель может применять различные формы и методы контроля в зависимости от его целей, числа студентов и формы СРС:

- устный;
- письменный;

тестовый (бланковый и автоматизированный);

фронтальный;

оценка однокурсников или самооценка

сплошной;

выборочный.

Формы отчета студента перед преподавателем о результатах выполнения самостоятельной работы:

аргументированное решение ситуаций, задач;

конспекты, планы, эссе, рефераты, обзоры информации, отчеты, составленные студентом;

графическое представление изученного учебного материала;

ответы на задания-тесты, решенные кроссворды, задачи

вопросы по теме или разделу дисциплины, задания-тесты