

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Забайкальский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Факультет естественных наук, математики и технологий

Кафедра Теории и методики профессионального образования, сервиса и технологий

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета

Токарева Ю.С.

« ____ » _____ 20 ____ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ДВ.08.1.Технология создания имиджа

на 72 часа(ов), 2 зачетных(ые) единиц(ы)

для направления подготовки (специальности) 44.03.04 – Профессиональное обучение (по отраслям)

составлена в соответствии с ФГОС ВО, утвержденным приказом
Министерства образования и науки Российской Федерации от
« ____ » _____ 20 ____ г. № _____

Профиль – Сервис (для набора 2018)

Форма обучения очная, заочная

1. Организационно-методический раздел

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины:

Подготовить бакалавра к принятию грамотных решений в отношении выбора имиджевых, стилевых и композиционных решений одежды в соответствии с модными тенденциями и другими факторами внешней среды, с учетом индивидуальных особенностей личности клиента.

Задачи изучения дисциплины:

- ознакомление с терминологией, принципами и правилами имиджирования;
- изучение основных теоретических подходов к имиджированию;
- формирование представления о роли имиджа в деятельности сервисного предприятия;
- формирование навыков и умений использования в процессе профессиональной деятельности основных механизмов и методов формирования имиджа и технологий самопрезентации;
- формирование навыков имиджирования.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП

Данная учебная дисциплина входит в дисциплины вариативной части профессионального цикла Б.3. Для усвоения дисциплины необходимы знания, полученные в вузе в результате освоения дисциплин «Услуги в сфере красоты» «Швейный практикум». Дисциплина, на которых базируется данная дисциплина: - Сервисная деятельность.

1.3. Объем дисциплины (модуля) с указанием трудоемкости всех видов учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы), 72 часов.

Очная форма

Виды занятий	Распределение по семестрам	Всего часов
	4 семестр	
Общая трудоемкость		72
Аудиторные занятия, в т.ч.	36	36
лекционные (ЛК)	18	18
практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	18	18
лабораторные (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	36	36
Форма промежуточной аттестации в семестре	Зачет	0
Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)		

Заочная форма

Виды занятий	Распределение по семестрам	Всего часов
	6 семестр	
Общая трудоемкость		72
Аудиторные занятия, в т.ч.	10	10
лекционные (ЛК)	4	4
практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	6	6
лабораторные (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	62	62
Форма промежуточной аттестации в семестре	Зачет	0
Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)		

2. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Индекс компетенции	Содержание компетенции
ПК 2	способность развивать профессионально важные и значимые качества личности будущих рабочих, служащих и специалистов среднего звена
ПК 16	способность проектировать и оснащать образовательноразвивающую среду для теоретического и практического обучения рабочих, служащих и специалистов среднего звена

Планируемые результаты обучения по дисциплине для последовательного достижения уровней сформированности компетенций

Результат обучения

Знать	Пороговый: сущность и составляющие имиджа; роль имиджа в деятельности сервисного предприятия; социально-психологические механизмы формирования имиджа.
	Стандартный: концепцию и типы имиджа; составляющие внутреннего и внешнего корпоративного имиджа; способы построения внутреннего и внешнего корпоративного имиджа; структуру и факторы персонального имиджа.
	Эталонный: основные механизмы и методы формирования имиджа; технологии самопрезентации; способы и средства создания персонального имиджа.
Уметь	Пороговый: оперировать понятиями имиджелогии; применять свои знания о типах и особенностях имиджа в практической деятельности; осуществлять поиск и обработку информации о технологиях имиджирования и специалистов сервисного предприятия; применять на практике знания об организации и применении современных технологий имиджирования.
	Стандартный: анализировать имидж специалиста сферы сервиса; анализировать имидж сервисного предприятия; определять профиль аудитории, личности, организации; разрабатывать тактику формирования имиджа организации, личности; разрабатывать тактику формирования имиджа услуги; работать в контактной зоне с потребителем.
	Эталонный: разрабатывать проекты имиджирования фирмы; использовать технологии имиджирования; диагностировать отдельные характеристики фирмы в целях проектирования имиджа; диагностировать персоны в целях проектирования имиджа; консультировать потребителя, согласовывать вид, форму и объем процесса сервиса.

Владеть	Пороговый: выявлять и оценивать имиджевые качества личности, организации; выявлять и оценивать имиджевые качества услуги; внедрять традиционные формы и способы оказания услуг в сферу красоты; анализировать корпоративный имидж сервисных предприятий г. Читы.
	Стандартный: использовать технологии «личного обаяния»; составлять бизнес-план салона или центра красоты; организовывать мастер-план по построению имиджа фирмы; разрабатывать технологии самопрезентации специалистов и услуг; создавать персональные имидж-карты.
	Эталонный: разрабатывать рекомендации и предложения для изменения имиджа, моделировать и анализировать программы имиджирования на предмет совершенствования; организовать и проводить обучение и консультирование в системе внутреннего имиджирования.

3. Содержание дисциплины

3.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Наименование раздела	Всего часов	Аудиторные занятия			СРС
				ЛК	ПЗ(СЗ)	ЛР	
1	1	Основные понятия теории стиля. Стиль в одежде и его роль в процессе создания требуемого имиджа; понятие индивидуального стиля.	18	4	5	0	9
2	2	Средства корректировки: форма одежды, линии костюма, цвет, каркасные элементы и корсетные изделия. Выбор композиционных и конструктивных решений одежды в зависимости от размеров и формы тела.	18	5	4	0	9
3	3	Эмоционально-психологические особенности личности и их влияние на отношение к моде и формирование индивидуального стиля в одежде. Концепция Инь-Янь и выбор стиля в одежде. Понятие базового и остромодного тренда. Анализ предложений моды на предстоящий сезон. Классический стиль как основа делового стиля.	18	4	5	0	9

4	4	Гардероб делового человека. Критерии рациональности гардероба, соответствие его конкретной ситуации, возрасту, виду профессиональной деятельности, социальному статусу человека. Структура рационального гардероба.	18	5	4	0	9
Итого			72	18	18	0	36

Заочная форма

Модуль	Номер раздела	Наименование раздела	Всего часов	Аудиторные занятия			СРС
				ЛК	ПЗ(СЗ)	ЛР	
1	1	Корпоративный имидж. Основные понятия теории стиля. Стиль в одежде и его роль в процессе создания требуемого имиджа; понятие индивидуального стиля.	18	1	2		15
2	2	Средства корректировки: форма одежды, линии костюма, цвет, каркасные элементы и корсетные изделия. Выбор композиционных и конструктивных решений одежды в зависимости от размеров и формы тела.	18	1	1		16
3	3	Эмоционально-психологические особенности личности и их влияние на отношение к моде и формирование индивидуального стиля в одежде. Концепция Инь-Янь и выбор стиля в одежде. Понятие базового и остромодного тренда. Анализ предложений моды на предстоящий сезон. Классический стиль как основа делового стиля.	18	1	2		15
4	4	Гардероб делового человека. Критерии рациональности гардероба, соответствие его конкретной ситуации, возрасту, виду профессиональной деятельности, социальному статусу человека. Структура рационального гардероба.	18	1	1		16
Итого			72	4	6	0	62

3.2. Лекционные занятия

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание лекционных занятий
1	1	Персональный деловой имидж: структура, факторы. Самопознание - фундамент персонального имиджа. Цветовой имидж личности. Презентация образа с помощью одежды.

2	2	Основы технологии формирования внешнего и внутреннего имиджа сервисного предприятия. Сохранение и защита позитивного имиджа организации.
3	3	Кинетический имидж. Вербальный имидж.
4	4	Имидж и его роль в деловой жизни. Концептуальные модели корпоративного имиджа. Корпоративная репутация в системе имиджирования. Корпоративная философия – фундамент имиджа организации.

Заочная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание лекционных занятий
--------	---------------	-------------------------------

3.3. Практические (семинарские) занятия

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание практических(семинарских) занятий
--------	---------------	--

Заочная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание практических(семинарских) занятий
1	1	Современные технологии имиджирования. Анализ корпоративной философии предприятий сервиса. Анализ корпоративного имиджа (на примере предприятий г. Чита). Мастер-план по построению имиджа фирмы.
2	2	Разработка технологии формирования внешнего имиджа сервисного предприятия. Разработка технологии формирования внутреннего имиджа сервисного предприятия. Создание персональной имидж-карты. Разработка позитивного имиджа конкретного сервисного предприятия.
3	3	Разработка имиджа руководителя. Разработка имиджа специалиста. Разработка индивидуального имиджа специалиста сервиса. Самопрезентация личности в одежде.

4	4	Анализ практики самопрезентации у известных ораторов, телекомментаторов, деловых людей Организация обучение и консультирование в системе внутреннего имиджирования.
---	---	---

3.4. Лабораторные занятия

3.5. Организация самостоятельной работы

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание материала выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной работы
1	1	Значение имиджа и имиджирования в деловой жизни. Миссия и принципы деятельности организации как часть декларируемой философии. Специфика формирования внешнего корпоративного имиджа. Пропаганда положительного образа предприятия.	работа с электронными образовательными ресурсами, обработка и анализ полученных данных, подготовка электронных презентаций, создание структурно-логических схем
2	2	Общественная деятельность как элемент внешнего имиджирования. Целенаправленное управление внутренней коммуникацией в целях создания внутреннего имиджа. Программы поощрения в системе внутреннего имиджирования.	работа с электронными образовательными ресурсами, обработка и анализ полученных данных, подготовка электронных презентаций, создание структурно-логических схем
3	3	Основные отличительные характеристики традиционной и современной модели имиджирования. Корпоративная идентичность и корпоративный имидж в традиционной и современной модели имиджирования. Методика эмпирической проверки современной модели имиджирования.	работа с электронными образовательными ресурсами, обработка и анализ полученных данных, подготовка электронных презентаций, создание структурно-логических схем

4	4	Инструментарий проверки мультифакторности формирования имиджа. Роль персонального имиджа в профессиональной деятельности.	работа с электронными образовательными ресурсами, обработка и анализ полученных данных, подготовка электронных презентаций, создание структурно-логических схем
---	---	---	---

Заочная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание материала выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной работы
--------	---------------	---	-----------------------------

4. Интерактивные формы образовательных технологий

Модуль	Номер раздела	Вид учебных занятий	Образовательные технологии	Количество часов
1	1	лекция	лекции с использованием презентаций	3
2	2	лекция	лекции с использованием презентаций	3
3	3	лекция	лекции с использованием презентаций	3
4	4	лекция	лекции с использованием презентаций	3

5. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

[Фонд оценочных средств](#)

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Основная литература

6.1.1. Печатные издания

6.1.2. Издания из ЭБС

1. Колесников, А. В. Корпоративная культура : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. В. Колесников. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 167 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02520-0.
<https://biblio-online.ru/book/BDFF2BE7-104B-44E1-95B8-443B2AC121E7>
2. Селентьева, Д. О. Политическая имиджелогия : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Д. О. Селентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 193 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00968-2. <https://biblio-online.ru/book/C82E3033-64F3-4B2D-B3CA-41CE590459E6>
3. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. —

6.2. Дополнительная литература

6.2.1. Печатные издания

6.2.2. Издания из ЭБС

4. Спивак, В. А. Деловая этика : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Спивак. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 522 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00847-0. <https://biblio-online.ru/book/AC21F49A-1F58-4103-9CAD-A5CF501818A2>

6.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

<https://www.biblio-online.ru/Электронно-библиотечная система «Юрайт»>

<http://www.studentlibrary.ru/Электронно-библиотечная система «Консультант студента»>

7. Перечень программного обеспечения

Программное обеспечение общего назначения: ОС Microsoft Windows, Microsoft Office, ABBYY FineReader, ESET NOD32 Smart Security Business Edition, Foxit Reader, АИБС "МегаПро".

Программное обеспечение специального назначения:

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

672000, г. Чита, ул. Бабушкина, 129, ауд. 14-315.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), научно-исследовательской работы, самостоятельной работы.

Компьютерный класс. Комплект специализированной учебной мебели.

Доска аудиторная меловая.

Комплект ПЭВМ - 8 шт.

Мультимедийное оборудование: переносной ноутбук, переносной проектор, переносной экран, переносная акустическая система.

Доступ к сети интернет и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду организации

672000, г. Чита, ул. Бабушкина, 129, ауд. 14-102.

Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования
Комплект специализированной учебной мебели. Специализированная мебель для хранения литературы.

Комплект ПЭВМ – 1 шт., проектор – 2 шт., плоттер – 1 шт., ноутбук – 2.

Методическая литература, периодика кафедры

Учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации.

Доступ к сети Интернет и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

9. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

Лекции

Во время проведения лекционного занятия все студенты ведут конспекты лекций, которые ориентированы на одновременную со слушанием и визуальным восприятием презентации мыслительную переработку материала. Цель лекционных занятий -

обратить внимание на общую схему построения соответствующего раздела, темы дисциплины, раскрыть их содержание, подчеркнуть важнейшие места, указать главные практические приложения теоретического материала, подробно рассмотреть отдельные вопросы программы, отсутствующие или недостаточно полно освещенные в рекомендуемых учебных пособиях. При конспектировании лекций необходимо учитывать рекомендации преподавателя по методике конспектирования, правильному оформлению записей.

Лабораторные работы носят как репродуктивный, так и поисковый характер. Формы работы фронтальная и индивидуальная. Деятельность студентов состоит из следующих компонентов:

1. Работа с лекционным материалом и учебной литературой на стадии подготовки к практической работе.
2. Участие в учебном задании.
3. Анализ выполненной работы. В конце занятия преподаватель оценивает работу студентов.

Самостоятельная работа студентов

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Самостоятельная работа студента над усвоением учебного материала может выполняться в библиотеке, аудиториях для самостоятельной работы, а также в домашних условиях. Необходимо для поиска информации использовать информационно-коммуникационные технологии, сеть Интернет. Содержание самостоятельной работы студента определяется учебной программой дисциплины, методическими материалами, заданиями и указаниями преподавателя. Самостоятельная работа студентов осуществляется в аудиторной и внеаудиторной формах. Самостоятельная работа студентов в аудиторное время может включать:

- решение задач;
- работу со справочной и методической литературой;
- работу с Интернет - ресурсами;
- защиту выполненных работ;
- участие в оперативном (текущем) опросе по отдельным темам изучаемой дисциплины;
- участие в тестировании и др.

При организации самостоятельной работы студентов по дисциплине используются различные формы и методы, в том числе консультирование, работа над текстами, нормативными документами, разбор конкретных ситуаций, подготовка к проведению круглого стола, подготовка кейса, реферата, презентации. Одна из форм самостоятельной работы студентов, используемая при изучении дисциплины в практических занятиях - составление интеллектуальных карт. Техника составления интеллектуальных карт (англ. mindmapping), разработана Тони Бъзеном (Tony Buzan) в 1960-х годах, она облегчает студентам создание общего представления, общего понимания проблемы и при помощи простых средств приводит к новым идеям, активизирует пространственно-образное мышление, делает возможным новую точку зрения на ту или иную проблему, ее можно заново структурировать, выделить существенные аспекты, установить новые связи и осветить второстепенные, сопутствующие вопросы.

Техника составления интеллектуальных карт может эффективно использоваться студентами для анализа проблем, планирования и разработки стратегии, создания общего представления или общей картины сложных вопросов, подготовки презентаций, выступлений, статей и т.п. В самостоятельной работе широко используются практические ситуационные задачи, охватывающие широкий круг проблем, с которыми сталкивается будущий или уже работающий менеджер в своей профессиональной деятельности, например: техническая, экономическая, юридическая, производственная, психологическая, этическая, организационная, социальная и т. п. Содержание учебной ситуации может быть связано со следующими объектами, процессами, явлениями:

- внедрением новой техники или технологии;
- введением инноваций; осуществлением реорганизаций;
- созданием новой фирмы или ее подструктуры;
- изменением организационного поведения; внедрением новых форм оплаты труда; неэффективным стилем руководства и т. д.

Разработчик/группа разработчиков: Мелихова Ю.Ю. - доцент

**Рассмотрена на заседании кафедры
(протокол от 31.08.2018 г. № 1)**