

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
"Дальневосточный государственный университет путей сообщения"
(ДВГУПС)

УТВЕРЖДАЮ

Зав.кафедрой

(к802) Международные коммуникации,
сервис и туризм

Щекина Е.Г., канд.
культурологии, доцент



25.05.2022

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины **Имиджелогия**

43.03.02 Туризм

Составитель(и): канд. культурологии, доцент, Щекина Е.Г.

Обсуждена на заседании кафедры: (к802) Международные коммуникации, сервис и туризм

Протокол от 11.05.2022г. № 12

Обсуждена на заседании методической комиссии учебно-структурного подразделения: Протокол от 25.05.2022 г. № 5

г. Хабаровск
2022 г.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК РНС

__ _____ 2023 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры (к802) Международные коммуникации, сервис и туризм

Протокол от _____ 2023 г. № ____
Зав. кафедрой Щекина Е.Г., канд. культурологии, доцент

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК РНС

__ _____ 2024 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2024-2025 учебном году на заседании кафедры (к802) Международные коммуникации, сервис и туризм

Протокол от _____ 2024 г. № ____
Зав. кафедрой Щекина Е.Г., канд. культурологии, доцент

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК РНС

__ _____ 2025 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры (к802) Международные коммуникации, сервис и туризм

Протокол от _____ 2025 г. № ____
Зав. кафедрой Щекина Е.Г., канд. культурологии, доцент

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК РНС

__ _____ 2026 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры (к802) Международные коммуникации, сервис и туризм

Протокол от _____ 2026 г. № ____
Зав. кафедрой Щекина Е.Г., канд. культурологии, доцент

Рабочая программа дисциплины Имиджелогия

разработана в соответствии с ФГОС, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 № 516

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **заочная**

ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость **4 ЗЕТ**

Часов по учебному плану	144	Виды контроля на курсах:
в том числе:		экзамены (курс) 4
контактная работа	12	контрольных работ 4 курс (1)
самостоятельная работа	123	
часов на контроль	9	

Распределение часов дисциплины по семестрам (курсам)

Курс	4		Итого	
	УП	РП		
Лекции	4	4	4	4
Практические	8	8	8	8
Итого ауд.	12	12	12	12
Контактная работа	12	12	12	12
Сам. работа	123	123	123	123
Часы на контроль	9	9	9	9
Итого	144	144	144	144

1. АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1	Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа. Компоненты имиджа. Стратегии и тактики построения имиджа. Корпоративный имидж. Имидж руководителя. Индивидуальный имидж. Поддержание и изменение имиджа.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Код дисциплины:	Б1.В.ДВ.01.02
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Маркетинг в сервисе и туризме
2.1.2	Управление проектами в профессиональной деятельности
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Реклама в туризме

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

ПК-1: Вырабатывает управленческие решения на основе результатов анализа деятельности туристского предприятия и предпочтений потребителя

Знать:

Тенденции развития отраслей экономики, имеющие отношение к организуемой торгово-промышленной выставке.
Основные виды маркетинговых коммуникаций.
Методы разработки рекламных и информационных текстов.

Уметь:

Разрабатывать тексты рекламных и информационных сообщений.
Определять значение факторов и событий внешней среды для проекта торгово-промышленной выставки.

Владеть:

Навыками подготовки текстов пресс-релизов, пост-релизов, новостей для размещения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и деловых изданиях.
Навыками принятия управленческих решений на основе результатов анализа деятельности туристского предприятия и предпочтений потребителя.

УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

Знать:

Виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач; основные методы оценки разных способов решения задач; действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность.

Уметь:

Проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, которые необходимо решить для ее достижения; анализировать альтернативные варианты для достижения намеченных результатов; использовать нормативно-правовую документацию в сфере профессиональной деятельности.

Владеть:

Методиками разработки цели и задач проекта; методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта; навыками работы с нормативно-правовой документацией.

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1. Лекционные занятия						

1.1	Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа. Современное значение термина «имидж». Субъекты имиджирования. Атрибуты, факторы и компоненты имиджа. Концептуальные характеристики имиджа. Разновидности имиджа. Имидж как предмет внимания науки. Тематика исследований, дисциплинарные подходы. Имиджелогия как наука о стратегии, тактике и технологии создания позитивного имиджа. Профессия имиджмейкера. Службы и специалисты по созданию имиджа на предприятии. Роль службы по связям с общественностью в создании имиджа организации. /Лек/	4	0,5	ПК-1 УК-2	Л1.1 Л1.2Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	0	
1.2	Компоненты имиджа. Стратегии и тактики построения имиджа. Парадигмальный сдвиг в исследованиях корпоративного имиджа: акцент на особенностях получателя имиджформирующей информации. Традиционная и современная модели коммуникации и имиджа. Понимание источников, факторов, структуры имиджа, связи имиджа с поведением потребителей и корпоративной идентичностью в традиционной и современной моделях. /Лек/	4	0,5	ПК-1 УК-2	Л1.1 Л1.2Л2.4 Л2.11Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	0	
1.3	Корпоративный имидж. Корпоративная репутация в системе имиджирования. Определение имиджа и репутации в отечественной и зарубежной науке. Возрастание внимания теоретиков и практиков к корпоративной репутации. «Аналоговая школа» о корпоративном имидже и корпоративной репутации. Дифференцирующая школа о корпоративной имидже и корпоративной репутации. Факторы корпоративной репутации. Измерение корпоративной репутации. /Лек/	4	0,5	ПК-1 УК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.5 Л2.9 Л2.10Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	0	

1.4	<p>Основы технологии формирования внешнего имиджа фирмы Функции внешнего имиджирования. Идентификация, акцентуация и продвижение в технологии формирования внешнего имиджа. Проектирование корпоративного имиджа. Технические задачи имиджевых коммуникаций. Определение целевых аудиторий. Разработка компонентов внешнего имиджа организации. Фирменное наименование и аббревиатура, торговая марка, логотип и фирменная шрифтовая надпись, девиз и слоган, лозунг, знамя, флаг, выпел, фирменный цвет, внешний вид персонала, дизайн интерьера и экстерьера, фирменные бланки, брошюры, рекламные проспекты, упаковочный материал и т.д. Создание сообщений. Способы передачи сообщений. Взаимодействие с органами массовой информации. Имиджевые рекламные кампании. Имиджевая общественная деятельность. /Лек/</p>	4	0,5	ПК-1 УК-2	Л1.1 Л1.2Л2.3 Л2.4 Л2.9 Л2.10Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	0	
1.5	<p>Корпоративная философия – фундамент имиджа организации Понятие корпоративной философии. Основополагающая роль корпоративной философии в формировании имиджа фирмы. Исследование связи корпоративной философии и успешности работы организации. Формы декларирования корпоративной философии. Практика структурирования деклараций философии организации. Миссия организации. Ценности организации. Принципы деятельности организации. Цели и стратегия организации. Рекомендации по разработке декларации философии предприятия. /Лек/</p>	4	0,5	ПК-1 УК-2	Л1.1 Л1.2Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.10 Л2.11Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	0	

1.6	<p>Основы технологии формирования внутреннего имиджа фирмы. Целенаправленное управление внутренней коммуникацией в целях имиджирования. Обучение и консультирование, непосредственно направленные на поддержание имиджа организации в глазах персонала. Программы стимулирования труда и формирование позитивного имиджа организации. Программы стимулирования. Денежные и неденежные формы поощрения. Кадровая политика предприятия как способ формирования внутреннего имиджа фирмы. Подбор персонала. Система профессиональной адаптации, продвижения и ротации. Повышение уровня профессиональных знаний. Тренинги знаний и навыков. Поддержание благоприятного социально-психологического климата. Организация неформального общения сотрудников. Формы отдыха, обеспечивающие сплочение коллектива. /Лек/</p>	4	0,5	ПК-1 УК-2	Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.10Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	0	
1.7	<p>Имидж руководителя. Индивидуальный имидж. Персональный деловой имидж: структура, факторы Понятия личностного персонального, профессионального, делового имиджа. Факторы и компоненты персонального делового имиджа. Внешние факторы персонального делового имиджа: общие физические данные, мимика, одежда, жестикация, цветотип, макияж, аксессуары, типы лица, прическа и т.д. Внутренние факторы, определяющие персональный деловой имидж: уровень нравственности, внешние данные, интеллектуальные, художественные, информационные качества личности, склонность к общению и лидерству, коммуникабельность, эмпатичность, психическое здоровье и др. /Лек/</p>	4	0,5	ПК-1 УК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.9 Л2.10 Л2.11Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	0	
1.8	<p>Поддержание и изменение имиджа. Сохранение и защита позитивного имиджа организации. Аспекты сохранения и защиты позитивного имиджа. Поддержание провозглашенных корпоративных стандартов: добросовестность в служении декларируемым принципам, подтверждение качества работы престижными наградами и сертификатами, членство в авторитетных организациях, поддержание профессиональных стандартов, антикризисный PR. Изменчивость и устойчивость имиджа. Мониторинг корпоративного имиджа. /Лек/</p>	4	0,5	ПК-1 УК-2	Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.9Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	0	
Раздел 2. Практические занятия							

2.1	Анализ корпоративной философии предприятий сервиса /Пр/	4	1	ПК-1 УК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.7 Л2.10 Л2.11Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	0	
2.2	Анализ корпоративного имиджа (на примере предприятий г.Хабаровска) /Пр/	4	1	ПК-1 УК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	0	
2.3	Мастер-план по построению имиджа фирмы (создание списка рекомендаций) /Пр/	4	1	ПК-1 УК-2	Л1.1 Л1.2Л2.5 Л2.8 Л2.9 Л2.11Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	0	
2.4	Самопознание – фундамент персонального имиджа Необходимость гармонии имиджа и индивидуальности личности. Приемы самоанализа, используемые в имиджировании. Внутриличностная коррекция в системе способов имиджирования. Формирование позитивного отношения к себе. Устранение комплекса неполноценности. Освобождение от недостижимых стандартов. «Я-концепция» – основа персонального имиджа. Три уровня «Я-концепции». Анализ «Я-внутреннего» и «Я-зеркального». Формулирование жизненных целей и «Я-идеального». Выбор модели внешнего облика в соответствии с идеальным Я. /Пр/	4	1	ПК-1 УК-2	Л1.1 Л1.2Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	0	
2.5	Цветовой имидж личности Роль цвета одежды в создании имиджа. Типологии цветового имиджа личности. Теплые и холодные колориты. Контрастные и неконтрастные цветотипы. Насыщенные и «легкие» цветотипы. Типология К.Джексон: «весна», «лето», «зима», «осень». Тесты для диагностики природного цветотипа. Идея цветовой гармонии – основа построения цветового имиджа. Правила построения гармоничного цветового имиджа. Рекомендации для «весны», «лета», «зимы», «осени» и промежуточных цветотипов. Дополнительные рекомендации по критериям «насыщенность», «контрастность». /Пр/	4	1	ПК-1 УК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.7 Л2.9 Л2.10Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	0	

2.6	Презентация образа с помощью одежды Роль одежды в презентации образа. Диагностика типа отношения к одежде. Выбор стратегии самопрезентации в одежде. Алгоритм формирования образа с помощью одежды. Общие правила подбора одежды. Выбор стиля одежды. Выбор манеры одеваться по критериям: отношение к моде и традициям, демонстрируемые мотивы выбора одежды, количество одежды, потребности, удовлетворяемые в одежде, параметры телосложения и др. Использование эффектов и иллюзий зрительного восприятия. /Пр/	4	1	ПК-1 УК-2	Л1.1 Л1.2Л2.3 Л2.5 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	0	
2.7	Кинетический и вербальный имидж Понятие «кинетики». Кинетический язык личности. Составляющие кинетического имиджа (взгляд, мимика, жесты, телодвижения и т.д.). Рекомендации по формированию кинетической составляющей имиджа. Понятие «вербального имиджа». Факторы, влияющие на вербальный имидж. Приемы формирования вербального имиджа. Выбор модели поведения. Универсальные составляющие паттерна профессионального поведения. Анализ практики самопрезентации у известных ораторов, телекомментаторов, деловых людей. /Пр/	4	2	ПК-1 УК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.4 Л2.9 Л2.11Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	0	
Раздел 3. Самостоятельная работа							
3.1	РАБОТА С ЛИТЕРАТУРНЫМИ И ИНТЕРНЕТ-ИСТОЧНИКАМИ, ЭЛЕКТРОННЫМИ БИБЛИОТЕКАМИ, ПОДГОТОВКА КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО ВЫБРАННОЙ ТЕМЕ, ПОДГОТОВКА К ЭКЗАМЕНУ /Ср/	4	107	ПК-1 УК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.3 Л2.8 Л2.9 Л2.11Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	0	
3.2	ПОДГОТОВКА ДОКЛАДА НА ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ И РАЗРАБОТКА ПРЕЗЕНТАЦИИ К ДОКЛАДУ /Ср/	4	16	ПК-1 УК-2	Л1.1 Л1.2Л2.4 Л2.7 Л2.9 Л2.10 Л2.11Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	0	
Раздел 4. Промежуточная аттестация							
4.1	/Экзамен/	4	9	ПК-1 УК-2	Л1.1 Л1.2Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	0	

Размещены в приложении

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**6.1. Рекомендуемая литература****6.1.1. Перечень основной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Гойхман О. Я., Надеина Т. М., Гончарова Л. М., Кошлякова М. О.	Бизнес-коммуникации в сервисе: документационные, речевые, имиджевые и рекламные технологии: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2017, http://znanium.com/go.php?id=782841
Л1.2	Андреева С. В.	Имиджелогия: конспект лекций	Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2017, http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=487647

6.1.2. Перечень дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Горбунов Н. П.	Искусство создания имиджа	Москва: Лаборатория книги, 2010, http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87025
Л2.2	Куликов М. Д.	Исследование и формирование имиджа товарной марки	Москва: Лаборатория книги, 2010, http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87036
Л2.3	Львовских П. Т.	Имиджевые характеристики стиля руководства	Москва: Лаборатория книги, 2010, http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87789
Л2.4	Матвеев К. С.	Речевой имидж как средство создания благоприятного образа политика	Москва: Лаборатория книги, 2010, http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=89584
Л2.5	Кузьмин А. В.	Позиционирование торговых брендов средствами рекламы, роль имиджевой и информационной рекламы	Москва: Лаборатория книги, 2012, http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140464
Л2.6	Матвеев А. Е.	Роль PR-акций в формировании имиджа	Москва: Лаборатория книги, 2012, http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142361
Л2.7	Козьяков Р. В.	Психология имиджа	Москва: Директ-Медиа, 2014, http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=224731
Л2.8	Чумиков А. Н.	Имидж – репутация – бренд: традиционные подходы и новые технологии	М. Берлин: Директ-Медиа, 2015, http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=375635
Л2.9	Горчакова В. Г.	Имиджелогия: теория и практика	Москва: Юнити-Дана, 2015, http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115022
Л2.10	Горчакова В. Г.	Имидж. Искусство и реальность	Москва: Юнити-Дана, 2015, http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115024
Л2.11	Умаров М.	PR в реальном времени: Тренды. Кейсы. Правила	Москва: Альпина Паблишер, 2016, http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443019

6.1.3. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
--	---------------------	----------	-------------------

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
ЛЗ.1	Романенко Л.П., Штейнберг А.Г.	Связи с общественностью: Метод. пособие	Хабаровск: Изд-во ДВГУПС, 2007,
ЛЗ.2	Ковынева Л.В., Курбанова Л.М., Щекина Е.Г.	От реферата до выпускной квалификационной работы: метод. пособие	Хабаровск: Изд-во ДВГУПС, 2018,

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Э1	Электронный каталог НТБ ДВГУПС	http://lib.festu.khv.ru/elektronnyj-dostup/175-elektronnyj-dostup
Э2	ЭБС Юрайт	https://biblio-online.ru
Э3	ЭБС Университетская библиотека ONLINE	http://biblioclub.ru
Э4	ЭБС Знаниум	http://znanium.com
Э5	ЭБС "Лань"	https://e.lanbook.com
Э6	Федеральная служба государственной статистики	http://www.gks.ru
Э7	Научная электронная библиотека открытого доступа «КИБЕРЛЕНИНКА»	http://www.cyberleninka.ru
Э8	Научная электронная библиотека ELIBRARY	http://www.eLIBRARY.RU
Э9	Исследовательский холдинг ROMIR	https://romir.ru

6.3 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

6.3.1 Перечень программного обеспечения

Office Pro Plus 2007 - Пакет офисных программ, лиц.45525415

Windows 7 Pro - Операционная система, лиц. 60618367

Free Conference Call (свободная лицензия)

Zoom (свободная лицензия)

Антивирус Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Расширенный Russian Edition - Антивирусная защита, контракт 469 ДВГУПС

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

Профессиональная база данных, информационно-справочная система Консультант (<http://www.consultant.ru/>)

7. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Аудитория	Назначение	Оснащение
2402	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа	комплект учебной мебели: столы, стулья, меловая доска, интерактивная доска
3241	Учебная аудитория для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	комплект учебной мебели: столы, стулья, доска, тематические плакаты
249	Помещения для самостоятельной работы обучающихся. Читальный зал НТБ	Тематические плакаты, столы, стулья, стеллажи Компьютерная техника с возможностью подключения к сети Интернет, свободному доступу в ЭБС и ЭИОС.
343	Помещения для самостоятельной работы обучающихся. Читальный зал НТБ	Тематические плакаты, столы, стулья, стеллажи. Компьютерная техника с возможностью подключения к сети Интернет, свободному доступу в ЭБС и ЭИОС.
3317	Помещения для самостоятельной работы обучающихся. Читальный зал НТБ	Тематические плакаты, столы, стулья, стеллажи Компьютерная техника с возможностью подключения к сети Интернет, свободному доступу в ЭБС и ЭИОС.
1303	Помещения для самостоятельной работы обучающихся. Читальный зал НТБ	Тематические плакаты, столы, стулья, стеллажи Компьютерная техника с возможностью подключения к сети Интернет, свободному доступу в ЭБС и ЭИОС.
423	Помещения для самостоятельной работы обучающихся. зал электронной информации	Тематические плакаты, столы, стулья, стеллажи Компьютерная техника с возможностью подключения к сети Интернет, свободному доступу в ЭБС и ЭИОС.
3322	Помещения для самостоятельной работы обучающихся. Читальный зал НТБ	Тематические плакаты, столы, стулья, стеллажи Компьютерная техника с возможностью подключения к сети Интернет, свободному доступу в ЭБС и ЭИОС.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

УКАЗАНИЯ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ ОБУЧАЮЩИХСЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Целью проведения практических занятий для обучающихся является за-крепление полученных во время лекций и в процессе самостоятельного изучения специальных информационных материалов (библиографические источники: учебники, учебные пособия, монографии, диссертации, периодические издания (статьи в журналах, газетах), нормативно- правовая база, профессиональные информационные порталы, официальные профессиональные сайты в сети Internet и др.) знаний. В обязанности преподавателя входит оказание методической помощи и консультирование обучающихся.

Перед занятиями обучающимся необходимо изучить информационные материалы по вопросам, выносимым на практическое занятие и быть готовыми к их обсуждению в режиме свободной дискуссии. Поощряется творческая самостоятельность обучающихся, в случае «выхода за рамки» задания и демонстрации результата инициативной работы (раздаточный материал, аналитическая записка, список источников в сети Интернет по проблеме и т.д.).

Подготовку к практическим занятиям необходимо начинать с изучения рекомендованной преподавателем литературы.

Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

Необходимо отметить, что обучающиеся должны выполнять и сдавать на проверку преподавателю определенные виды работ по текущим темам в строго установленные сроки. Таким образом, в течение семестра обучающимся предоставляется возможность проявить свои интеллектуальные и творческие способности по каждому из представленных видов работ. При этом обучающийся может контролировать набираемое количество баллов, например если ему не удалось достигнуть «максимума» в выполнении анализа публикаций, то он может дополнительно подготовить письменную работу или презентацию.

Подготовка к практическому занятию включает следующие элементы самостоятельной деятельности: четкое представление цели и задач его проведения; выделение навыков умственной, аналитической, научной деятельности, которые станут результатом предстоящей работы. Выработка навыков осуществляется с помощью получения новой информации об изучаемых процессах и

1) РАБОТА С ЛИТЕРАТУРНЫМИ И INTERNET-ИСТОЧНИКАМИ, ЭЛЕКТРОННЫМИ БИБЛИОТЕКАМИ

В рамках самостоятельной подготовки особое внимание должно быть уделено работе с информационными материалами.

Ввиду обилия информации и насыщенности книжного рынка, в ходе самоподготовки возникает необходимость осваивать методику поиска литературы и оценки содержащейся в ней информации. Наиболее традиционными и привычными являются следующие способы поиска информационных материалов: работа с библиографическими изданиями в библиотеках; изучение специальных выпусков отсылок к литературе, систематизированных по отраслям экономики, разделам, либо конкретным проблемам; использование библиотечных каталогов, которые в настоящее время представлены преимущественно в виде компьютерной информации.

Выделяют несколько способов оценки научного текста: во-первых, определение предназначенности работы - полемическая, альтернативная, острокритическая, традиционная; во-вторых, сопоставление даты издания книги или журнала и изменений в экономической, политической, социальной и др. сфере государства, учитывая тенденции развития науки (например, выбирая учебник желательно руководствоваться именно этим способом); в-третьих, сопоставление хотя бы нескольких литературных источников, для того, чтобы в полной мере оценить степень разработанности и изученности рассматриваемого объекта и предмета; в-четвертых, консультирование с ведущим преподавателем по вопросам того или иного издания. Обязательный элемент самостоятельной работы с информационными материалами – подготовка доклада.

2) ПОДГОТОВКА ДОКЛАДА НА ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ

Подготовка и выступление на практическом занятии является важной частью процесса обучения, успех которых во многом зависит от самоорганизованности и целеустремленности обучающегося в изучении поставленных вопросов.

Доклад – это сообщение или документ, содержимое которого представляет информацию и отражает суть вопроса или исследования применительно к данной ситуации. Целью доклада является информирование аудитории в рамках заданной темы. Доклад может включать в себя такие элементы как рекомендации или другие мотивационные предложения.

Представленный доклад оценивается по следующим критериям:

1. Содержательная часть материала (полнота изложения, точность и достоверность);
2. Логичность и ясность изложения;
3. Время выступления 7-10 мин.;
4. Знание терминологии и ориентирование в теме;
5. Умение ответить на вопросы.

Таким образом, максимальное количество баллов за доклад является суммой баллов по каждому критерию и равняется 5 баллам.

Прежде чем приступить к написанию доклада, важно ясно представить себе тех, кто будет его слушать. Доклад должен быть составлен так, чтобы смысл его был доступен для понимания всей аудитории. Допустимо пользоваться специальной терминологией, ранее использованной во время лекций. Перед автором стоит задача - изложить доклад так, чтобы все могли бы без труда его понять одновременно. Необходимо заинтересовать слушателей выбранной темой и выбрать ранее неизвестные или малоизвестные факты, чтобы придать докладу новизну. Поэтому искусство сделать доклад интересным

придает ему еще большую ценность и значительно усиливает шансы на хороший прием. Наглядности текста способствует умелое использование иллюстраций, примеров, графических материалов. Общий объем доклада - не более 2-х страниц компьютерного текста (до 100 строк или 8 тысяч знаков (с пробелами)), размер шрифта - 12.

3) РАЗРАБОТКА ПРЕЗЕНТАЦИИ К ДОКЛАДУ

Для наглядности и более полного восприятия аудиторией материала рекомендуется подготовить презентацию доклада.

Презентация оценивается по следующим критериям:

1. Содержание

- соответствие слайдов тексту доклада;
- оптимальность текста (отсутствие лишнего текста, представление на слайдах лаконичных формулировок, отражающих структуру доклада, основные выводы работы);
- корректность текста презентации (использование научной терминологии, отсутствие орфографических и пунктуационных ошибок).

2. Техническая обработка презентации

- общий дизайн (логичность, эстетичность оформления презентации, не-противоречивость дизайнера и содержания презентации);
- легко читаемый текст, сочетание фона с графическими элементами.

3. Графическое представление материала

- наличие рисунков, фотографий, диаграмм, таблиц;
- привлекательность графических объектов, их соответствие содержанию;

4. Процедура презентации

- активность участников проекта;
- проявленные коммуникативные навыки;
- доступное представление презентации (ее связь с речью выступающего).

5. Количество слайдов: 10-15

Таким образом, максимальное количество баллов за презентацию является суммой баллов по каждому критерию и равняется 5 баллам.

При разработке презентации необходимо учитывать следующие требования к ее оформлению:

А. Необходимо соблюдать единый стиль оформления слайдов.

В. Стараться использовать «холодные» тона (синий, зеленый), не отвлекающие внимания от основного содержания слайдов.

С. При использовании цветов не злоупотреблять их количеством. Как правило, достаточно применять три цвета (один для фона, один для заголовков, один для текста). При этом, фон и текст презентации должны быть контрастных цветов.

Д. При подготовке презентации для учебных целей допускается использование анимационных эффектов в умеренном количестве. Анимация не должна отвлекать внимания от основного содержания на слайде.

Е. Информация, содержащаяся в слайдах, должна быть краткой и лаконичной, с минимальным количеством предлогов, наречий и прилагательных. Особо следует обратить внимание на заголовки, которые должны передавать суть поставленного вопроса и привлекать внимание аудитории.

Ф. Рекомендуется горизонтальное расположение информации относительно страницы слайда. При этом, важная информация должна располагаться в центре экрана, а под картинками необходимо делать подписи.

Г. Для полноценного восприятия и легкого усвоения материала презентации рекомендуется придерживаться следующих параметров шрифтов:

- для заголовков размер шрифта не менее 32;
- для информации размер шрифта не менее 24;
- использования однотипного шрифта в одной презентации;
- использования жирных шрифтов, курсивов или подчеркивания для выделения информации;
- соблюдения мер в использовании прописных букв;
- нумерация слайдов (размер шрифта для номера слайда не менее 28).

Н. Допускается использование рамок, границ, заливок; разных цветов шрифтов, стрелок и т. д. для выделения особо важной информации.

И. Важно помнить, что информация для презентации не должна полностью копировать текст доклада. Как правило, объем информации должен отражать ключевые позиции пунктов по каждому вопросу.

Ж. Особо следует обратить внимание на подбор иллюстративного материала. Поскольку большинство рассматриваемых вопросов отражают туристскую специфику, рекомендуется использовать фотографии, карты, картинки, подкрепляющих текст и способствующих полноценному усвоению материала.

4) НАПИСАНИЕ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО ВЫБРАННОЙ ТЕМЕ

Требования, предъявляемые к КР, представлены в методическом пособии: От реферата до выпускной квалификационной работы : метод. пособие по выполнению письменных работ / Л.В. Ковынева, Л.М. Курбанова, Н.Г. Щеккина. – Хабаровск : Изд-во ДВГУПС, 2018. – 63 с.,

Тематики КР:

1. Имидж как историко-культурный феномен.

2. Понятие об имидже. Составляющие имиджа.
3. Законы сочетания имиджа.
4. Современные типологии и основные функции имиджа.
5. Имиджмейкинг как система
6. Имиджмейкеры. Понятия и задачи.
7. Инструментарии имиджелогии.
8. Имидж в разных контекстах. Имидж бизнес-организации и менеджера
9. Имидж в разных контекстах. Имидж преподавателя и учебного заведения
10. Имидж в разных контекстах. Имидж политических партий
11. Имидж в разных контекстах. Имидж представителя публичной профессии (артист, спортсмен, телеведущий и т.д.)
12. Имидж в разных контекстах. Имидж страны, региона, города
13. Основные законы колористики, физиогномики, кинесики
14. Пути построения политического имиджа.
15. Пути построения коммерческого имиджа
16. Пути построения личного имиджа
17. Комплексный характер и основные направления деятельности имиджмейкера.
18. Компромат как основной инструмент формирования негативного имиджа.
19. Товарная марка и брендинг.
20. Примеры имиджевых рекламных кампаний.
21. Создание положительного имиджа в рекламе
22. Приемы создания рекламного образа.

5) ПОДГОТОВКА К ЭКЗАМЕНУ

При подготовке к экзамену необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу, образовательные Интернет-ресурсы. Студенту рекомендуется также в начале учебного курса познакомиться со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;
- тематическими планами практических занятий;
- учебниками, пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем вопросов к экзамену.

Подготовка к экзамену осуществляется по вопросам, приведенным в ОМ.

После этого у студента должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть в процессе освоения дисциплины. Систематическое выполнение учебной работы на практических занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи экзамена.

Проведение учебного процесса может быть организовано с использованием ЭИОС университета и в цифровой среде (группы в социальных сетях, электронная почта, видеосвязь и др. платформы). Учебные занятия с применением ДОТ проходят в соответствии с утвержденным расписанием. Текущий контроль и промежуточная аттестация обучающихся проводится с применением ДОТ.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа людей с инвалидностью

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа людей с инвалидностью предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме, в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.