**АННОТАЦИЯ**

**Учебной дисциплины «Введение в имиджелогию»**

**Направление подготовки:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

**Профиль подготовки:** «Работа с социальными медиа»

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная, очно-заочная

**Год/годы и семестр/семестры обучения:** 1-й семестр, 3-го года обучения

**Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата**

Дисциплина «Введение в имиджелогию» входит в базовую часть ООП бакалавриата и является обязательной для изучения. Курс «Введение в имиджелогию» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП, как «Профессиональные стандарты в PR и рекламе», «Технологии управления общественным мнением», а также со всеми видами производственной практики. Программа курса ориентирована на теоретическую и практическую подготовку студентов к деятельности по формированию и управлению имиджем в разных сферах (в повседневной жизни, органах законодательной и исполнительной власти, бизнесе и шоу-бизнесе, социокультурной сфере).

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 3 зачетные единицы (108 часов). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с семинарами и практическими занятиями. Практические занятия проводятся с использованием современных информационно-коммуникационных технологий (Интернет-сайты, социальные сети, компьютерные программы Word, PowerPoint, Excel).

Основная **цель** дисциплины «Введение в имиджелогию» состоит в формировании ключевых компетенций бакалавров по рекламе и связям с общественностью, необходимых для понимания роли имиджа и его коммуникативно-управленческой сущности в информационном обществе, интерпретации психологических механизмов его восприятия и оценки в процессе коммуникации.

**Задачи** дисциплины «Введение в имиджелогию»:

- сформировать у студентов знания о сущности, структуре и моделях коммуникативно-управленческого феномена имиджа, его роли, места и факторах эффективности в системе современных социальных коммуникаций;

- обучить умению формирования и поддержания off- и online имиджа субъекта / объекта в разных сферах (в повседневной жизни, органах законодательной и исполнительной власти, бизнесе и шоу-бизнесе, социокультурной сфере).

- развить навыки мотивационного управления целевой аудиторией посредством овладения способами, средствами и технологиями формирования и поддержания внутреннего и внешнего имиджа субъекта / объекта (политического лидера, шоумена, руководителя, организации или региона).

Приобретенные студентами знания, умения и навыки необходимы для осуществления организационно-управленческой и информационно-технологической деятельности в сфере социальных медиа, выполнения научно-исследовательской работы в области социальных коммуникаций, успешного прохождения государственной итоговой аттестации.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые профессиональные компетенции**:

- способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);

- владение технологиями формирования и управления имиджем социального субъекта в сети Интернет (СПК-1).

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: опрос, семинарские занятия, выполнение практических типовых заданий по отдельным модулям и темам дисциплины. Выполнение этих работ является обязательным для всех студентов, а результаты являются основанием для выставления оценок текущего контроля. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

**Форма итогового контроля:** экзамен.