

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе
и образовательным инновациям



_____ О.И. Чуприс

_____ 2018 г.

Регистрационный № УД- 6260 уч.

ДИЗАЙН ДЕЛОВОГО ИМИДЖА

**Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности:**

1-19 01 01 Дизайн (по направлениям)
профилизация:

Дизайн моды и аксессуаров, Арт дизайн

2018 г.

Учебная программа составлена на основе ОСВО 1-19 01 01 и
экспериментального учебного плана УВО рег. № С-19-1-007/эксп.от 23.10.2017 г.

СОСТАВИТЕЛЬ:

Е.И.Атрахович – заведующий кафедрой дизайна моды факультета
социокультурных коммуникаций Белорусского государственного университета,
кандидат искусствоведения, доцент.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Ленсу Я.Ю., заведующий кафедрой теории дизайна Белорусской
государственной академии искусств

Духан И.Н. , заведующий кафедрой искусств и средового дизайна Белорусского
государственного университета

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

кафедрой дизайна моды факультета социокультурных коммуникаций
Белорусского государственного университета
(протокол № 1 от 29.08.2018).

Научно-методическим Советом БГУ
(протокол №1 от 16.11.2018)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная дисциплина «Дизайн делового имиджа» предназначена для студентов очной формы получения высшего образования, специальности 1-19 01 01 Дизайн (по направлениям), профилизации Дизайн моды и аксессуаров, она относится к блоку информационно-аналитических и искусствоведческих дисциплин (государственный компонент).

В структуре рыночной экономики понятие «имидж» составляет одну из центральных категорий узкоспециализированной дисциплины имиджологии, то есть науки об имидже. В современной практике существует обширный круг трактовок данного термина – в равной степени он переводится и как «образ», «изображение», «отражение». Концепция имиджа является предметом исследования не только в имиджологии, но и в аналогичных научно-практических дисциплинах, называемых «репутационный менеджмент», «пиар», «бренд-менеджмент». Процессы формирования имиджа в культурологическом и социальном контекстах имеют свою специфику. В связи с этим актуальным является контекстный подход к разработке имиджа, как корпоративного, так и индивидуального. Данный подход обуславливает целостный, согласованный характер феномена имиджа, с учетом условий его функционирования.

Актуальность изучения дисциплины «Дизайн делового имиджа» обусловлена особенностями современной практики, построенной на формировании целостной системы теоретических, методических и практических основ делового имиджа. В условиях рыночной экономики для реализации бизнес-проектов необходима не только высокая профессиональная квалификация, но и работа над созданием положительной репутации компании/специалиста в деловых кругах. Умение делового человека позиционировать себя в социуме (партнерам, работодателям, клиентам, представителям СМИ и др.) является неотъемлемым фактором современной практики. Управляемый имидж призван выявить положительные качества, необходимые для установления деловых контактов в социальной среде. В этой связи изучение дисциплины «Дизайн делового имиджа» поможет студентам выявить сформировать имидж своего предприятия в будущем, усовершенствовать индивидуальный образ, а также будет способствовать саморазвитию личности.

Дисциплина «Дизайн делового имиджа» включает в себя изучение основных категорий имиджологии, социально-психологической роли имиджа в социуме, технологии формирования делового имиджа, его роли в коммуникациях.

Цель дисциплины:

Изучение имиджа, как средства эффективной деловой коммуникации, укрепления деловой репутации, адаптации в социальном контексте целевой аудитории.

Задачи дисциплины:

- изучить концепцию имиджа в современной практике и его социально-психологическую природу;
- изучить функции и составляющие имиджа

- изучить технологию формирования имиджа;
- изучить типологию имиджей и их специфику (индивидуальный, деловой, предметный, корпоративный, самоимидж, воспринимаемый, требуемый и др.);
- освоить основы формирования и выявления имиджевых характеристик;

В ходе изучения учебной дисциплины «Дизайн делового имиджа» формируются и развиваются следующие академические, социально-личностные и профессиональные компетенции.

Требования к академическим компетенциям специалиста.

В результате изучения дисциплины «Оценка недвижимости» студент должен:

- владеть и применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач;
- владеть исследовательскими навыками;
- владеть междисциплинарным подходом к решению проблем;
- уметь работать самостоятельно;
- быть способным генерировать новые идеи (обладать креативностью);
- владеть междисциплинарным подходом при решении проблем;
- иметь навыки, связанные с использованием технических устройств, управлением информацией и работой с компьютером;
- обладать навыками устной и письменной коммуникации;
- работать с научно-исследовательской литературой;
- уметь работать в коллективе;
- вести проектную, деловую и отчетную документацию по установленным формам;
- уметь проектировать, организовывать, анализировать процесс педагогического взаимодействия при освоении профессиональных компетенций по направлению специальности.

Требования к социально-личностным компетенциям специалиста.

В результате изучения дисциплины «Дизайн делового имиджа» студент должен:

- уметь учиться, быть расположенным к постоянному повышению профессиональной квалификации;
- уметь работать самостоятельно;
- совершенствовать и развивать свой интеллектуальный потенциал и общекультурный уровень;
- иметь навыки социального взаимодействия;
- обладать способностью к межличностным коммуникациям;
- уметь критиковать и быть самокритичным;
- уметь работать в коллективе;
- обладать способностью к межличностным коммуникациям и социальному взаимодействию;

Требования к профессиональным компетенциям специалиста.

В результате изучения дисциплины «Дизайн делового имиджа» студент должен:

знать

- теоретические основы имиджелогии;
- технологию разработки и формирования имиджа;
- специфику вербальной и невербальной коммуникации;
- функции имиджа;
- теоретические и практические основы и методы формирования делового имиджа;

имиджа;

- типологические основы и стратегии формирования имиджа;
- психологические основы формирования имиджа;

уметь:

- классифицировать типы имиджа;
- проводить анализ различных типов имиджей;
- проектировать устойчивый, эмоционально окрашенный, управляемый образ объекта/ субъекта, отраженный в сознании целевой аудитории;
- оценивать субъект/ объект с позиций эффективного имиджа;
- уметь учиться, быть расположенным к постоянному повышению профессиональной квалификации;

владеть:

- владеть исследовательскими навыками;
- быть способным к творческой, креативной работе;
- владеть междисциплинарным подходом к решению проблем;
- иметь навыки использования современных технических средств обработки информации;
- иметь навыки устной и письменной коммуникации;
- совершенствовать и развивать свой интеллектуальный потенциал и общекультурный уровень;
- работать с научно-исследовательской литературой;
- вести проектную, деловую и отчетную документацию по установленным формам;
- уметь проектировать, организовывать, анализировать процесс педагогического взаимодействия при освоении профессиональных компетенций по направлению специальности;
- системой согласования полученного результата оценки двумя и более методами;

Дисциплина «Дизайн делового имиджа» непосредственно связана с дисциплинами экспериментального учебного плана специальности, такими как, «История дизайна», «История костюма и моды», «Цветоведение и колористика», «Дизайн-проектирование».

Методика преподавания дисциплины базируется на сочетании лекционного курса, семинарских занятий и самостоятельной работы.

Технологиями обучения, в соответствии с целями и задачами дисциплины, являются элементы проблемного обучения (проблемное изложение, вариативное изложение), элементы учебно-исследовательской деятельности, творческого подхода.

Освоение учебной дисциплины «Дизайн делового имиджа» для специальности 1-19 01 01 Дизайн (по направлениям), профилизация Дизайн моды и аксессуаров, профилизация Арт-Дизайн предусмотрено в соответствии с учебным планом всего 108 часов, из которых 50 аудиторных (26 лекционных, 20 практических и 4 семинарских), Форма текущей аттестации – зачет в 6 семестре.

Распределение общего количества часов по семестрам

Семестр	6
Лекции	26
Практические	20
Семинары	4
Всего	50
Форма отчетности	зачет

2. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Введение

Концепция имиджа в современной науке. Социально-психологическая природа имиджа. Функции имиджа. Типы имиджа.

Тема 2. Теоретические основы формирования имиджа.

Устойчивость имиджа. Адаптация имиджа к целевой аудитории. Влияние перемен в целевой аудитории на восприятие имиджа. Управляемый и стихийный имидж.

Тема 3. Функции имиджа.

Номинативная функция имиджа. Роль имиджа в процессе идентификации объекта восприятия (личности, компании и т.д.). Обозначение объекта. Акцентирование привлекательных качеств и свойств объекта.

Эстетическая функция имиджа. Создание образа объекта, привлекательного для конкретной целевой аудитории.

Адресная функция имиджа. Установление эффективного контакта с целевой аудиторией посредством управляемого имиджа. Соответствие имиджа потребностям и представлениям аудитории.

Тема 4. Классификация функций индивидуального имиджа.

Личностно возвышающая функция. Комфортизация межличностных отношений. Психотерапевтическая функция. Типологические функции.

Тема 5. Структура индивидуального имиджа. Вербальные и невербальные средства создания имиджа. Паралингвистика. Кинесика. Габитус. Такесика. Ольфакторные знаки.

Тема 6. Типы имиджа. Функциональный подход к созданию имиджа. Индивидуальный. Групповой. Предметный. Корпоративный. Зеркальный. Текущий. Желаемый. Множественный. Самоимидж. Воспринимаемый имидж. Тербуемый имидж. Овеществленный имидж. Средовой имидж.

Тема 7. Практические техники самопрезентации. Управление самопрезентацией. Визуальный облик. Индивидуальный стиль. Выразительный образ. Речь, жесты, мимика. Общая стратегия поведения. Принципы самопрезентации. Приобретающая самопрезентация. Защитная самопрезентация.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
 1-19 01 01 Дизайн (по направлениям), профилизация Дизайн моды и аксессуаров,
 профилизация Арт-дизайн

Номер темы	Название темы	Количество аудиторных часов					Количество часов УСР	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Иное		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Введение Концепция имиджа в современной науке.	2						Опрос
2	Теоретические основы формирования имиджа.	4	2					Опрос, тестовые задания на усвоение материала лекции, разбор ситуации
3	Функции имиджа.	6	4					Опрос, тестовые задания на усвоение материала лекции
4	Классификация функций индивидуального имиджа	4	4					Опрос, промежуточный зачет № 1 (творческое задание)
5	Структура индивидуального имиджа.	4	4					Опрос, промежуточный зачет № 2 (творческое задание)
6	Типы имиджа. Функциональный подход к созданию имиджа.	4	4					Опрос, промежуточный зачет № 3 (творческое задание)
7	Практические техники самопрезентации. Управление самопрезентацией.	2	2	4				Опрос, промежуточный зачет № 4 (творческое задание)
	ИТОГО	26	20	4				Зачет

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Основная

1. Вечер, Л. С. Ваш имидж/ Л. С. Вечер. – Минск: Полымя, 2002. – 288 с.
2. Володько, О. М. Имидж менеджера: учеб. пособие / О. М. Володько. – Минск: Амалфея, 2009. – 312с.
3. Роберт П., Даулинг Г. Ценность корпоративной репутации фирмы, 2012. - 222 с.
4. ИоханнесИттен Искусство цвета / ИоханнесИттен. - М.: Д. Аронов, 2014. - 383 с.
5. Кузин, Ф. А. Культура делового общения: Практическое пособие/ Ф. А. Кузин. – М.: Ось-89, 2005. – 320с.
6. Кузнецов, И. Н. Все об этикете/ Сост. И. Н. Кузнецов. – Минск: Книжный Дом, 2004. – 672 с.
7. Левин, Д. NapersVazaar. Великолепный стиль/ Дженни Левин; [пер. с англ. И. Крупичевой]. – М.: Эксмо, 2010. -240с.
8. Панфилова А.П. Имидж делового человека: учебное пособие для студ. вузов /А. П. Панфилова. С.-Петерб. ин-т внешнеэкон. связей, экономики и права. - СПб.: ИВЭСЭП: Знание, 2012. - 490 с.
9. Петрова Е.А. Имиджелогия: избранные труды (монография) / Е.А. Петрова. М.: РИЦ АИМ, 2011. - 192 с
- 10.Рогалева Н.Л. Современная концепция имиджа организации // Управление персоналом.-2011.-№ 2.- С. 4.
- 11.Спенсер, К. Выбери свой стиль – для женщин/ Кэрол Спенсер. - М.: ЭКСМО-Пресс, 2000. – 160с.
- 12.Станиславский К.С. Работа актёра над ролью. Т. 3. Ч. 2. /К.С. Станиславский. – М.: Проспект, 2015. – 494 с

- 13.Ирина Хакамада В предвкушении себя. От имиджа к стилю. Книга с автографом автора / Ирина Хакамада. - М.: Альпина Паблишер, 2014. - 250 с.

Дополнительная

- 1.Килошенко, М. И. Психология моды: теоретический и прикладной аспекты/ М. И. Килошенко. – СПб.: СПГУТ, 2001. – 192с.
- 2.Алешина И.В. Паблик рилейшнз для менеджеров / И.В. Алешина. – М.:ИКФ «ЭКСМОС», 2007. - 480с.
- 3.Горчакова, В.Г. Имидж: розыгрыш или код доступа /В.Г. Горчакова. - М.: Эксмо, 2007. - 208 с.

Примерный перечень тематики семинарских занятий

- № 1. Имидж: его базовые элементы, типология, функции.
- № 2. Этика деловых отношений. Особенности деловой этики в контексте международной практики.
- № 3. Структура индивидуального имиджа. Практические техники самопрезентации.
- № 4. Впечатление, производимое невербальными средствами общения
- № 5. Фенотип. Концепция колористического ряда в одежде.
- № 6. Принципы формирования рационального гардероба. Контекстный подход.

Формы и средства диагностики компетенций

Устные (собеседование, доклад, оценивание на основе деловой игры); письменные (тест, эссе, реферат, оценивание на основе кейс-метода, творческое задание); устно-письменные (оценивание на основе проектного метода, зачет).

Рекомендации по организации и выполнению самостоятельной работы студентов по дисциплине

Самостоятельная работа студентов организована в соответствии с Положением о самостоятельной работе студентов (курсантов, слушателей), утвержденным Министерством образования Республики Беларусь 06.04.2015 г.;

К оцениваемым видам самостоятельной работы студентов относятся: анализ видеоматериалов, анализ элементов внешнего и внутреннего персонального имиджа персонажа (выбираемого самостоятельно или

рекомендованного преподавателем); анализ компонентов корпоративного имиджа организации, фирмы, учреждения (выбираемых самостоятельно или рекомендованных преподавателем); проведение диагностики (опросов, анкетирования и т.п.), анализ её результатов. Контроль самостоятельной работы студентов осуществляется во время аудиторных занятий.

Методика формирования итоговой оценки

1) Правила проведения аттестации студентов, курсантов, слушателей при освоении содержания образовательных программ высшего образования (Постановление Министерства образования Республики Беларусь, 29.мая 2012 г., № 53).

2) Положение о рейтинговой системе оценки знаний студентов по дисциплине в Белорусском государственном университете № 382-ОД от 18.08.2015 г. (новая редакция от 18 августа 2015 г.).

3) Критерии оценки знаний и компетенций студентов по 10-бальной шкале (письмо Министерства образования Республики Беларусь от 22.12.2003 г. № 21-04-1/105).

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ

Название дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Дизайн аксессуаров	Кафедра дизайна моды	нет	Изменений не требуется. Протокол № 1 от 29.08.2018

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ

на ____ / ____ учебный год

№№ ПП	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры дизайна моды (протокол № ____ от _____ 20__ г.)

Заведующий кафедрой
к.т.н., доцент _____

Е.И. Атрахович

УТВЕРЖДАЮ

(степень, звание)

(подпись)

(И.О.Фамилия)