



Основная профессиональная образовательная программа
38.03.03 Управление персоналом
(Управление личностно-профессиональным развитием персонала)

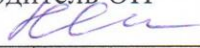
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ИВАНОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра менеджмента

ОДОБРЕНО:

Руководитель ОП

 О.О. Коробова
(подпись)

« 01 » 08 20 21 г.

Рабочая программа дисциплины
Формирование имиджа компании

Уровень высшего образования:	бакалавриат
Квалификация выпускника:	бакалавр
Направление подготовки:	38.03.03 Управление персоналом
Направленность (профиль) образовательной программы:	Управление личностно-профессиональным развитием персонала

Иваново



Основная профессиональная образовательная программа
38.03.03 Управление персоналом
(Управление личностно-профессиональным развитием персонала)

1. Цели освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины — обучить студентов основам формирования имиджа компании; выработать у студентов навыки оценки и управления имиджем компании.

В соответствии с поставленными целями решаются следующие задачи:

- представление бакалаврам современной теории имиджа и приобщение их к творческому ее использованию в управлении корпорацией;
- изучение организации и техники осуществления деятельности по оценке и управлению имиджем;
- приобретение знаний об особенностях корпоративного имиджа, его структуре и видах;
- овладение бакалаврами методов и приемов управления имиджем и получение стратегического преимущества.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Формирование имиджа компании» является дисциплиной по выбору и включена в формируемую участниками образовательных отношений часть блока Б1 «Дисциплины» учебного плана.

Изучение дисциплины «Формирование имиджа организации» базируется на знаниях и умениях, полученных при освоении программы средней общеобразовательной школы и дисциплинах «Теория организации», «Теория менеджмента», «Социология», «Экономика управления персоналом».

Для освоения данной дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- историю становления мировой рыночной экономики;
- основные экономические понятия и категории;
- методы социологических исследований;

Уметь:

- логически мыслить;
- работать в первоисточниках;

Иметь практический опыт/Иметь навыки:

- методами поиска вторичной информации;
- методами сбора первичной информации (опрос, наблюдение, эксперимент).

Компетенции, полученные в ходе изучения данной дисциплины, необходимы для изучения дисциплин «Основы управления человеческими ресурсами», «Организационная культура», «Стратегический менеджмент», «Управленческие решения», а также для прохождения учебной практики, ознакомительной.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

3.1. Компетенции, формированию которых способствует дисциплина

При освоении дисциплины формируются следующие компетенции в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

ПК-1 — способен разрабатывать и обеспечивать реализацию тактики и стратегии организации, направленные на повышение конкурентоспособности;

ПК-4 — способен оценивать состояние и воздействие на организацию факторов макросреды, микросреды и внутренней среды;

ПК-5 — способен оценивать тактическую и стратегическую позицию на рынке и конкурентоспособность организации;

3.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения формируемых компетенций



Основная профессиональная образовательная программа
38.03.03 Управление персоналом
(Управление личностно-профессиональным развитием персонала)

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- теоретические основы создания позитивного имиджа корпорации (ПК-1);
- основные составляющие общего имиджа корпорации (ПК-4);
- основные субъекты, на которых направлены мероприятия по созданию позитивного имиджа (ПК-5);
- методы оценки уровня имиджа (ПК-5)

Уметь:

- выделить факторы, формирующие имидж конкретного предприятия (ПК-1);
- оценить значимость каждого фактора с применением экспертных оценок (ПК-5);
- сравнить уровень имиджа предприятия при использовании различных методик его расчета (ПК-4)

Владеть:

- методами оценки имиджа корпорации (ПК-5);
- методами маркетинговых исследований в сфере имиджа (опрос, наблюдение и т. д.) (ПК-4);
- интегрировать отдельные показатели имиджа в обобщающий показатель уровня имиджа предприятия (ПК-1).

4. Объем и содержание дисциплины

Объем дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 академических часов),

4.1. Содержание дисциплины по разделам (темам), соотнесенное с видами и трудоемкостью занятий лекционно-семинарского типа

Объем иной контактной работы и самостоятельной работы обучающегося по дисциплине указан в учебном плане образовательной программы.

№ п/п	Разделы (темы) дисциплины	Семестр	Виды занятий, их объем (в ак. часах, по оч- ной форме обучения)		Формы текущего контроля успеваемости (по очной форме обучения)
			Занятия лекционно- го типа	Занятия се- минарского типа	Формы промежуточной ат- тестации
Раздел I. Имидж: сущность, основные понятия, классификация					
1	Сущность и основные понятия имиджа Введение в проблематику дисциплины, представление рабочей программы, осмысление требований к организации процесса обучения, самостоятельной работы и форм аттестации	2	2	1	Входной тест Устные ответы по вопросам занятия Входная диагностика: тест с последующим обсуждением результатов. Список вопросов, интересующих студента по содержанию дисциплины (сдается в письменном виде)
2	Классификация имиджа	2	2	1	Устные ответы по вопросам занятия Тест по разделу
Раздел II. Основные составляющие и методы оценки имиджа компании					
3	Внешний имидж и его составляющие	2	2	2	Устные ответы по вопросам занятия
4	Внутренний имидж и его составляющие	2	2	2	Устные ответы по вопросам занятия Проверка выполнения домаш-



Основная профессиональная образовательная программа
38.03.03 Управление персоналом
(Управление личностно-профессиональным развитием персонала)

					него задания
5	Методики оценки внешнего и внутреннего имиджа	2	2	2	Устные ответы по вопросам занятия Проверка выполнения домашнего задания
6	Влияние на имидж вида деятельности (отрасль)	2	2	2	Устные ответы по вопросам занятия Проверка выполнения домашнего задания
Раздел III. Управление различными аспектами имиджа					
7	Управление имиджем у потребителей	2	2	2	Устные ответы по вопросам занятия Проверка выполнения домашнего задания
8	Управление имиджем у конкурентов	2	2	2	Устные ответы по вопросам занятия Проверка выполнения домашнего задания
9	Управление имиджем у государства и общественности Подведение и анализ промежуточных результатов освоения дисциплины	2	2	2	Устные ответы по вопросам занятия Проверка выполнения домашнего задания
Итого по дисциплине:			18	16	Зачет

4.2. Развернутое описание содержания дисциплины по разделам (темам)

Раздел I. Имидж: сущность, основные понятия, классификация

Тема 1. Сущность и основные понятия имиджа

Введение в дисциплину, определение уровня входных знаний, постановка требований к организации процесса обучения и самостоятельной работе. Рассмотрение основных понятий и категорий сферы управления имиджа.

Тема 2. Классификация имиджа

Классификация и историческое развитие управления имиджем как науки и сферы практической деятельности.

Раздел II. Основные составляющие и методы оценки имиджа компании

Тема 3. Внешний имидж и его составляющие

Рассматриваются основные факторы определяющие внешний имидж предприятия: фирменный стиль, окружающая среда, униформа персонала, стиль общения, руководитель.

Тема 4. Внутренний имидж и его составляющие

Рассматриваются факторы внутреннего имиджа предприятия, основные ценности компании, характер отношений руководитель — подчиненный, организационная культура.

Тема 5. Методики оценки внешнего и внутреннего имиджа

Рассматриваются имеющиеся в литературе методические подходы к оценке имиджа предприятия. Основное внимание уделяется проблеме интеграции показателей внешнего и внутреннего имиджа в единый сводный показатель.

Тема 6. Влияние на имидж вида деятельности (отрасль)

Рассматриваются особенности формирования имиджа в отдельных отраслях экономики:
а) материальное производство; б) материальные услуги (торговля, транспорт и т. д.;
в) нематериальные услуги (просвещение, здравоохранение, культура).

Раздел III. Управление различными аспектами имиджа

Тема 7. Управление имиджем у потребителей



Основная профессиональная образовательная программа
38.03.03 Управление персоналом
(Управление личностно-профессиональным развитием персонала)

Рассматриваются факторы формирующие имидж предприятия у основной контактной группы — потребителей. Предлагаются и оцениваются основные управленческие решения повышающие имидж предприятия в глазах потребителей

Тема 8. Управление имиджем у конкурентов

Проводится классификация типов конкурентов предприятия. Определяются особенности оценки имиджа в глазах каждого вида конкурентов. Предлагаются и оцениваются управленческие решения в области имиджа, воздействующие на различные типы конкурентов.

Тема 9. Управление имиджем у государства и общественности

Рассматриваются возможные виды государственных и общественных организаций, для которых важен положительный имидж предприятия. Оцениваются возможные пути улучшения этого имиджа.

Подведение и анализ промежуточных результатов освоения дисциплины в целом.

5. Образовательные технологии

Учебный процесс по дисциплине «Формирование имиджа компании» основан на использовании следующих образовательных технологий:

1. Технология проблемного обучения – основные темы курса на лекционных и практических занятиях раскрываются через постановку и последующее разрешение проблемы в области ключевых положений и законов организации.

2. Технология учебной дискуссии, используемая как на лекции при разборе наиболее проблемных моментов, так и на практических занятиях.

3. Технология тестового контроля качества образования – по завершении теоретического обучения выполняется итоговый тест по дисциплине.

4. Рейтинговая технология контроля качества образования - итоговая оценка по дисциплине определяется величиной рейтинга, в котором отражается работа в течение семестра и ответы на экзамене.

5. Технология смешанного обучения как информационная технология, используемая при осуществлении образовательного процесса.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Изучение дисциплины «Формирование имиджа компании» в значительной степени базируется на самостоятельной работе студентов.

В качестве учебно-методического обеспечения самостоятельной работы студентов по дисциплине выступают:

- вопросы для самостоятельного контроля знаний студентов, позволяющие закрепить знания, полученные на лекциях, практических занятиях;
- планы и методические рекомендации к практическим занятиям, выполнение которых в основном ориентировано на выработку необходимых умений и навыков;
- методические указания по выполнению итогового контрольного задания.

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов размещено в ЭИОС «Мой университет».

Полностью весь методический материал по обеспечению самостоятельной работы студентов приводится в Приложении 1 к рабочей программе.

7. Характеристика оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Система контроля включает: входной, текущий контроль и промежуточный контроль по дисциплине.



Основная профессиональная образовательная программа
38.03.03 Управление персоналом
(Управление личностно-профессиональным развитием персонала)

Входной контроль осуществляется в форме тестирования.

Текущий контроль осуществляется в следующих формах: оценка устных выступлений, оценка выполненных практических заданий, тесты по дисциплине.

Объектами оценивания выступают:

- активность на занятиях, уровень выполнения различных видов заданий;
- посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине;
- степень усвоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- результаты самостоятельной работы.

Промежуточный контроль осуществляется в форме зачета.

Текущий контроль и промежуточный контроль по дисциплине тесно связаны между собой системой рейтинговой оценки.

Оценка в семестре дается по 100-балльной шкале. Максимальное количество баллов, получаемых за работу в семестре – 50.

Оценка за работу в семестре, завершающимся зачетом, осуществляется по следующим направлениям:

- 1) Посещаемость – до 20 баллов.
- 2) Активность на занятиях – до 20 баллов.
- 3) Выполнение итогового контрольного задания – до 15 баллов.
- 4) Итоговый тест по дисциплине – до 15 баллов.

«Зачтено» получают студенты, набравшие 50 баллов и более, «не зачтено» – менее 50 баллов. Студенты, набравшие в течении семестра 50 баллов и более от итогового испытания на зачете освобождаются. Оценка знаний в ходе итогового испытания на зачете дается на основании устных ответов на теоретические вопросы.

Типовые варианты тестовых заданий, контрольных вопросов, практических заданий, вопросы к зачету представлены в фонде оценочных средств (Приложение 2).

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература

1. Матвеев А. Е. Роль PR-акций в формировании имиджа. М.: Лаборатория книги, 2012. Объем: 127. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=142361&sr=1
2. Скалацкая О. Г. PR-технологии в формировании имиджа компании как работодателя. М.: Лаборатория книги, 2010. Объем: 114. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=97362&sr=1
3. Стадников Ю. П. Проблемы формирования репутации. М.: Лаборатория книги, 2012. Объем: 90. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=141536&sr=1

Дополнительная литература

1. Голубкова Е. Н. Маркетинговые коммуникации. М. : Финпресс, 2011.
2. Горбаткин Д. А. Имидж организации: структура, механизмы функционирования, подходы к формированию. М., 2012.
3. Джи Б. Имидж фирмы. Планирование, формирование, продвижение. СПб. : Питер, 2010.
4. Добробабенко Н. С. Фирменный стиль: принципы разработки, использования, оценки. М., 2014.
5. Куликов М. Д. Исследование и формирование имиджа товарной марки. М.: Лаборатория книги, 2010. Объем: 106. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=87036&sr=1
6. Савруцкая Е. П. Связи с общественностью: Вводный курс: учебное пособие. М.: Директ-Медиа, 2014. Объем: 239. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=236119&sr=1



Основная профессиональная образовательная программа
38.03.03 Управление персоналом
(Управление личностно-профессиональным развитием персонала)

7. Шайхисламов Р. Б. Связи с общественностью : управление социокультурными коммуникациями: научное издание. Уфа: Уфимский государственный университет экономики и сервиса, 2013. Объем: 139.
http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=445141&sr=1

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Система электронной поддержки образовательного процесса «Мой университет» <https://uni.ivanovo.ac.ru>;
2. БИГ-Петербург. Публикации по менеджменту. <http://www.big.spb.ru>
3. Электронная библиотека Grebennikon. <http://www.grebennikon.ru>
4. HR-Portal. Организационная и корпоративная культура. <http://www.hr-portal.ru/pages/okk/kp.php>

Система электронной поддержки образовательного процесса «Мой университет»
<https://uni.ivanovo.ac.ru>

Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

- 1) ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru
- 2) Электронная библиотека ИвГУ <http://lib.ivanovo.ac.ru>
- 3) Электронный каталог НБ ИвГУ <http://lib.ivanovo.ac.ru/index.php/ek>
- 4) СПС КонсультантПлюс
- 5) Единая межведомственная информационно-статистическая система <https://www.fedstat.ru/>
- 6) База данных по теориям и моделям менеджмента // https://www.12manage.com/index_ru.html
- 7) Корпоративный менеджмент: финансы, бизнес-планы, управление компаний//<https://www.cfin.ru>
- 8) Проверка и анализ российских юридических лиц и предпринимателей//<https://www.rusprofile.ru/>
- 9) Русское общество по управлению рисками// <http://rrms.ru/about/>
- 10) Информационно- управленческий «Портал «У»: электронная библиотека статей, учебников, пособий и монографий по менеджменту и экономике// <https://port-u.ru>
- 11) Интернет-сообщество менеджеров России // <https://www.e-xecutive.ru/management>
- 12) Федеральный образовательный портал по экономике, социология, менеджмент// <http://ecsocman.hse.ru/>

Программное обеспечение:

операционная система Microsoft Windows, Internet Explorer, Microsoft Defender, Adobe Acrobat Reader, Moodle.

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории:

- для проведения занятий лекционного типа с комплектом специализированной учебной мебели и техническими средствами обучения, служащими для предоставления учебной информации большой аудитории;
- для проведения занятий семинарского типа, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации с комплектом специализированной учебной мебели и техническими средствами обучения.



Основная профессиональная образовательная программа
38.03.03 Управление персоналом
(Управление личностно-профессиональным развитием персонала)

Помещение для самостоятельной работы, оснащенное комплектом специализированной учебной мебели, компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в ЭИОС.

Демонстрационное оборудование: ноутбук, проектор, экран. Учебно-наглядные пособия в виде презентаций для занятий лекционного типа, обеспечивающие тематические иллюстрации.



Основная профессиональная образовательная программа
38.03.03 Управление персоналом
(Управление личностно-профессиональным развитием персонала)

Автор рабочей программы дисциплины: доцент кафедры менеджмента, кандидат экономических наук, доцент Савин Валентин Эдуардович

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры *менеджмента*
«31» августа 2021г., протокол № 1.

Программа обновлена
протокол заседания кафедры № _____ от «_____» _____ 20__ г.
Согласовано:
Руководитель ОП _____ В.И. Куликов
(подпись)

Программа обновлена
протокол заседания кафедры № _____ от «_____» _____ 20__ г.
Согласовано:
Руководитель ОП _____ И.О. Фамилия
(подпись)

Программа обновлена
протокол заседания кафедры № _____ от «_____» _____ 20__ г.
Согласовано:
Руководитель ОП _____ И.О. Фамилия
(подпись)