Министерство просвещения Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Ульяновский государственный педагогический университет имени И.Н. Ульянова»
(ФГБОУ ВО «УлГПУ им. И.Н. Ульянова»)

Факультет Физико-математического и технологического образования
Кафедра Технологий профессионального обучения

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебно-методической работе
_____ С.Н. Титов
«_____» _____ 2021 г.

ОСНОВЫ ИМИДЖА

Программа учебной дисциплины (модули) по выбору 9 (ДВ.9)

основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки
44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям).

направленность (профиль) образовательной программы
Декоративно-прикладное искусство и дизайн
(очная форма обучения)

Составитель: Кожбакова О.В.
старший преподаватель кафедры технологий профессионального обучения

Рассмотрено и одобрено на заседании ученого совета факультета физико-математического и технологического образования,
протокол от «21» июня 2021 г. № 7

Ульяновск, 2021

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 01D77C644FC1E54000000006381D0002
Владелец: Титов Сергей Николаевич
Действителен: с 19.07.2021 до 19.07.2022

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Основы имиджа» относится к дисциплинам по выбору части формируемой участниками образовательных отношений Блока 1. учебного плана основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям), направленность (профиль) образовательной программы «Декоративно-прикладное искусство и дизайн», очной формы обучения.

Дисциплина опирается на результаты обучения студентов сформированные в процессе изучения следующих дисциплин: «История искусства», «Рисунок», «Материаловедение в дизайне», «Художественное проектирование», «Цветоведение», «Дизайн одежды».

Результаты изучения дисциплины «Основы имиджа» являются теоретической и методологической основой для изучения дисциплины «Основы графического дизайна и полиграфической продукции», а также для выполнения выпускной квалификационной работы

1. Перечень планируемых результатов обучения (образовательных результатов) по дисциплине

Целью освоения дисциплины «Основы имиджа» является: Углубление и расширение практических знаний в области формирования, внедрения, продвижения и сопровождения имиджа объекта.

Задачами дисциплины являются: изучение психологии восприятия цвета, звука, форм и др., особенностей вербальной и невербальной коммуникации, мифологической коммуникации, делового этикета, современных приемов создания имиджа в Интернет пространстве; формирование умения анализа и построения персонального и корпоративного имиджа; формирование навыков использования традиционных и современных технологий имиджирования.

В результате освоения программы бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения дисциплине «Основы имиджа» (в таблице представлено соотнесение образовательных результатов обучения по дисциплине с индикаторами достижения компетенций):

Компетенция и индикаторы ее достижения в дисциплине	Образовательные результаты дисциплины (этапы формирования дисциплины)		
	знает	умеет	владеет
ПК-11 Способен выполнятьэскизы дизайн - проектов и объектов декоративно - прикладного искусства ИПК-11.1. Знает основные свойства цвета, теоретические основы работы с цветом, закономерности создания цветовой гармонии, теоретические основы композиции; закономерности построения художественной формы и особенности ее восприятия; закономерности формообразования в дизайне и декоративно-прикладном искусстве; систематизирующие методы формообразования (модульность и комбинаторику) и	ОР-1 основные свойства цвета, теоретические основы работы с цветом, закономерности создания цветовой гармонии, теоретические основы композиции, основные изобразительные приемы	ОР-2 грамотно применятьцвет и колорит в эскизах дизайн - проектов и объектах декоративно - прикладного искусства, выбирать графические средства в соответствии с тематикой и задачами проекта; выполнять эскизы в соответствии с тематикой проекта.	ОР-3 навыками применения цвета в эскизах и дизайн - проектах, навыками дизайн - проектирования и разработки объектов декоративно-прикладного искусства.

преобразующие методы формообразования (стилизацию и трансформацию); основные изобразительные приемы, технические и программные средства компьютерной графики, материалы проектной графики. ИПК-11.2. Умеет грамотно применять цвет и колорит в эскизах дизайн - проекта и объектах декоративно-прикладного искусства, выбирать графические средства в соответствии с тематикой и задачами проекта; выполнять эскизы в соответствии с тематикой проекта; создавать целостную композицию на плоскости, в объеме и пространстве, применяя известные способы построения и формообразования; использовать преобразующие методы стилизации и трансформации для создания новых форм; выполнять технические рисунки и чертежи дизайн - проектов и объектов декоративно-прикладного искусства с учетом особенностей технологии; применять средства компьютерной графики в процессе дизайнерского проектирования. ИПК-11.3. Владеет навыками применения цвета в эскизах и дизайн - проектах, навыками дизайн - проектирования и разработки объектов декоративно-прикладного искусства; навыками применения разнообразных изобразительных приёмов в процессе дизайн - проектирования; навыками применения технических приемов и средств при выполнении дизайн - проекта.			

2. Объём дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Номер семестра	Учебные занятия								Форма промежуточной аттестации
	Всего		Лекции, час.	Практические занятия, час.	в т. ч. практическая подготовка, час.	Лабораторные занятия, час.	в т. ч. практическая подготовка, час.	Самостоят. работа, час.	
	Трудоемк.								
	Зач. ед.	Часы							
5	1	36	-	16	-	-	-	20	зачёт
Итого:	1	36	-	16	-	-	-	20	

3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

3.1. Указание тем (разделов) и отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование раздела и тем	Количество часов по формам организации обучения			
	Лекционные занятия	Лабораторные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа
5 семестр				
Тема 1. Имиджелогия как наука, искусство и практическая деятельность. Понятие об имидже.	-	-	8	10
Тема 2. Имиджмейкинг как сфера деятельности, направленная на создание нужного образа. Роль этикета в формировании имиджа.	-	-	8	10
ИТОГО:	-	-	16	20

3.2. Краткое описание содержания тем (разделов) дисциплины

Краткое содержание курса

Тема 1. Имиджелогия как наука, искусство и практическая деятельность. Понятие об имидже. Имиджелогия как система взглядов о законах массовой коммуникации. Место имиджелогии в ряду научных дисциплин. Становление имиджелогии в странах Запада и в России. Общее об имидже. Имидж как специально формируемый образ для достижения целей. Визуализация. Стереотипы восприятия. Свойства имиджа. Функции имиджа. Значение

имиджа. Виды имиджа. Формирование имиджа в различных профессиональных средах (бизнес, реклама, шоу-бизнес, политика). Структура и слагаемые имиджа. Типы имиджа. Позитивный и негативный имидж. Текущий и желаемый имидж. Индивидуальный и корпоративный имидж. Мужской и женский типы имиджа. Этнопсихологические особенности формирования.

Тема 2. Имиджмейкинг как сфера деятельности, направленная на создание нужного образа. Роль этикета в формировании имиджа.

Содержание профессиональной деятельности имиджмейкера как специалиста в сфере прикладной имиджелогии. Базовые принципы работы с клиентом. Политический имидж. Этапы формирования имиджа. Типология личности как основа для оценки имиджевой предрасположенности. Позиционирование, возвышение имиджа, снижение имиджа (антиреклама). Визуальные проявления имиджа. Внешность. Слагаемые внешности. Кинесика как выражение невербальных приемов коммуникации. Типы жестов. Эффектные кинетические приемы привлечения внимания. Физиогномика и ее роль в формировании имиджа. Мимика. Основные характеристики мимической речи. Зависимость передачи характера подаваемой информации от мимики. Стилистика и ее слагаемые. Имидж, созданный посредством цвета. Пропорции фигуры. Силуэт. Линии в одежде. Выбор фасона. Приемы коррекции фигуры и лица. Выбор прически, аксессуаров, украшений, оптики. Индивидуальный стиль одежды. Культура внешнего вида. Влияние моды на этикет.

4. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Самостоятельная работа студентов является особой формой организации учебного процесса, представляющая собой планируемую, познавательно, организационно и методически направляемую деятельность студентов, ориентированную на достижение конкретного результата, осуществляемую без прямой помощи преподавателя. Самостоятельная работа студентов является составной частью учебной работы и имеет целью закрепление и углубление полученных знаний и навыков, поиск и приобретение новых знаний, а также выполнение учебных заданий, подготовку к предстоящим занятиям и экзамену. Она предусматривает, как правило, разработку рефератов, написание докладов, выполнение творческих, индивидуальных заданий в соответствии с учебной программой (тематическим планом изучения дисциплины). Тема для такого выступления может быть предложена преподавателем или избрана самим студентом, но материал выступления не должен дублировать лекционный материал. Реферативный материал служит дополнительной информацией для работы на практических занятиях. Основная цель данного вида работы состоит в обучении студентов методам самостоятельной работы с учебным материалом. Для полноты усвоения тем, вынесенных в практические занятия, требуется работа с первоисточниками. Курс предусматривает самостоятельную работу студентов со специальной литературой. Следует отметить, что самостоятельная работа студентов результативна лишь тогда, когда она выполняется систематически, планомерно и целенаправленно.

Задания для самостоятельной работы предусматривают использование необходимых терминов и понятий по проблематике курса. Они нацеливают на практическую работу по применению изучаемого материала, поиск библиографического материала и электронных источников информации, иллюстративных материалов. Задания по самостоятельной работе даются по темам, которые требуют дополнительной проработки.

Общий объем самостоятельной работы студентов по дисциплине включает аудиторную и внеаудиторную самостоятельную работу студентов в течение семестра.

Аудиторная самостоятельная работа осуществляется в форме выполнения тестовых заданий, письменных проверочных работ по дисциплине. Аудиторная самостоятельная работа обеспечена базой тестовых материалов, по разделам дисциплины.

Внеаудиторная самостоятельная работа осуществляется в формах:

- подготовки к устным докладам (выступлениям по теме реферата).

Вопросы для самостоятельного изучения обучающимися
(темы мини-выступлений)

1. Имидж как основное понятие паблик рилейшнз.
2. Имиджелогия как междисциплинарная отрасль знания и ее современное состояние.
3. История становления имиджеологического подхода.
4. Роль имиджа в современном мире.
5. Имидж в политике, бизнесе, государственном управлении, образовании.
6. Понятие имидж педагога.
7. Роль профессиональных знаний, умений и способностей в формировании имиджа педагога.
8. Феномен первого впечатления.
9. Утилитарная, технологическая, информационная функция внешнего вида.
10. Психологические закономерности восприятия внешнего вида человека.
11. Дресс - код.
12. Психологическая, психотеропевтическая характеристика цвета.
13. Классификация цветотипов внешности.
14. Характеристика вербального имиджа педагога.
15. Взаимосвязь стиля руководства (авторитарный, демократический, либеральный) и характера его имиджа
16. Понятие и структура корпоративного имиджа.
17. Виды имиджа: внешний и внутренний.
18. Связь внутреннего имиджа с корпоративной культурой.
19. Желаемый, идеальный и реальный имидж.
20. Внутренние (мотивация принадлежности к организации; психологическая защита и поддержание высокой самооценки) и внешние (информирование, воздействие, согласование) функции имиджа.
21. Взаимосвязь имиджа руководителя и корпоративного имиджа.
22. Имидж персонала: содержание и пути формирования в контексте внутрикорпоративных связей.

Тематика рефератов

1. Формирование представлений об имидже во второй половине XX столетия.
2. Имидж как система и процесс. Формирование имидж-модели. Проблемы реализации имидж-модели.
3. Предпосылки формирования имиджмейкинга как деятельности.
4. Структура имиджа. Структурный подход к формированию имиджа.
5. Анализ имиджа конкретного исторического лица (различные сферы).
6. Генезис деятельности по формированию имиджа. Анализ имиджа социально-исторического типа (фараон, монах, рыцарь, буржуа и т. п.).
7. Эстетический аспект имиджа.
8. Психологический аспект персонального имиджа. Условия и предпосылки формирования эффективного персонального имиджа.
9. Профессиональные требования к имиджу (для конкретной профессии).
10. Проблемы формирования и поддержания персонального имиджа в бизнес-среде.
11. Измерения имиджа: визуальное, вербальное, событийное, контекстное.
12. Роль стереотипов в создании и восприятии имиджа.
13. Роль цвета в формировании и восприятии имиджа.
14. Роль жестов и мимики в построении и восприятии имиджа.
15. Социальный имидж организации: функции, содержание, значение.
16. Феномен имиджа лидера. Технологии его конструирования.
17. Имидж бизнес-организации / предприятия.
18. Фирменный стиль как нематериальный актив организации.
19. Пути и методы оптимизации имиджа.
20. Этические и коммуникативные проблемы имиджмейкинга.
21. Технологии самопрезентации при устройстве на работу.

22. Интернет как средство продвижения персонального делового имиджа.
23. Имиджелогия как междисциплинарная отрасль знания и ее современное состояние.
24. Роль имиджа в современном мире. Имидж в политике, бизнесе, государственном управлении, образовании.
25. Понятие имиджа, его социально-психологическая природа.
26. Формирование имиджа как субъект-субъектное взаимодействие.
27. Функции корпоративного имиджа. Взаимосвязь имиджа руководителя и корпоративного имиджа.
28. Имидж персонала: содержание и пути формирования в контексте внутрикорпоративных связей с общественностью.
29. Положительный и отрицательный имидж. Результативность имиджа.
30. Имиджелогия как междисциплинарная отрасль знания и ее современное состояние.
31. Роль имиджа в современном мире. Имидж в политике, бизнесе, государственном управлении, образовании.
32. Имидж как образ
33. Понятие имиджа, его социально-психологическая природа.
34. Имидж и теория социального познания.
35. Формирование имиджа как субъект - субъектное взаимодействие.
36. Понятие корпоративного имиджа. Структура корпоративного имиджа.
37. Функции корпоративного имиджа.
38. Взаимосвязь имиджа руководителя и корпоративного имиджа.
39. Имидж персонала: содержание и пути формирования в контексте внутрикорпоративных связей с общественностью.
40. Дресс - код организации.
41. Положительный и отрицательный имидж. Результативность имиджа.

Для самостоятельной подготовки к занятиям по дисциплине рекомендуется использовать учебно-методические материалы:

1. Короткова М.В., Прудникова О.А., Сафина Г.М., Никитина С.О., Черных А.В. Актуальные проблемы современного менеджмента. – ФГБОУ ВПО Ульяновский государственный педагогический университетим. И.Н. Ульянова, 2012. – 203 с.
2. Короткова М.В., Черных А.В. Управленческое консультирование: методические рекомендации /А.В. Черных, М.В. Короткова. – Ульяновск: УлГПУ имени И.Н.Ульянова, 2016. – 121 с.

5. Примерные оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Организация и проведение аттестации студента

ФГОС ВО в соответствии с принципами Болонского процесса ориентированы преимущественно не на сообщение обучающемуся комплекса теоретических знаний, но на выработку у бакалавра компетенций – динамического набора знаний, умений, навыков и личностных качеств, которые позволят выпускнику стать конкурентоспособным на рынке труда и успешно профессионально реализовываться.

В процессе оценки бакалавров необходимо используются как традиционные, так и инновационные типы, виды и формы контроля. При этом постепенно традиционные средства совершенствуются в русле компетентностного подхода, а инновационные средства адаптированы для повсеместного применения в российской вузовской практике.

Цель проведения аттестации - проверка освоения образовательной программы дисциплины-практикума через сформированность образовательных результатов.

Промежуточная аттестация осуществляется в конце семестра и завершает изучение дисциплины; помогает оценить крупные совокупности знаний и умений, формирование определенных компетенций.

Оценочными средствами текущего оценивания являются: доклад, тесты по теоретическим вопросам дисциплины, защита творческих работ и т.п. Контроль усвоения

материала ведется регулярно в течение всего семестра на практических (семинарских, лабораторных) занятиях.

№ п/п	**СРЕДСТВА ОЦЕНИВАНИЯ,** используемые для текущего оценивания показателя формирования компетенции	Образовательные результаты дисциплины
1.	**Оценочные средства для текущей аттестации** ОС-1 Мини выступление ОС-2 Защита реферата	ОР-1 основные свойства цвета, теоретические основы работы с цветом, закономерности создания цветовой гармонии, теоретические основы композиции ОР-2 грамотно применять цвет и колорит в эскизах дизайн - проектов и объектах декоративно - прикладного искусства, выбирать графические средства в соответствии с тематикой и задачами проекта; выполнять эскизы в соответствии с тематикой проекта. ОР-3 навыками применения цвета в эскизах и дизайн - проектах, навыками дизайн - проектирования и разработки объектов декоративно-прикладного искусства
2.	**Оценочные средства для промежуточной аттестации зачет (экзамен)** ОС-3 зачет в форме устного собеседования по вопросам	

Описание оценочных средств и необходимого оборудования (демонстрационного материала), а так же процедуры и критерии оценивания индикаторов достижения компетенций на различных этапах их формирования в процессе освоения образовательной программы представлены в Фонде оценочных средств текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине «Основы имиджа».

Материалы, используемые для текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине

Материалы для организации текущей аттестации представлены в п.5 программы.

Материалы, используемые для промежуточного контроля успеваемости обучающихся по дисциплине

ОС-3 Примерные вопросы для зачета

1. Феномен имиджа в истории и культуре.
2. Ведущие этапы построения имиджа.
3. Основные виды имиджформирующей информации.
4. Типы современных имиджей.
5. Элементы личностного имиджа.
6. Габитарный имидж.
7. Вербальный имидж.
8. Кинетический имидж.
9. Овеществленный имидж.
10. Средовый имидж.
11. Понятие имиджа и репутации фирмы.
12. Понятие и особенности формирования имиджа политической партии.
13. Способы формирования и элементы фирменного стиля.
14. Технологии создания делового имиджа.
15. Стратегии позиционирования при построении имиджа лидера.
16. Имидж в дипломатии и государственном управлении.
17. Имидж в шоу-бизнесе.
18. Ведущие приемы создания имиджэффекта.
19. Методы рекламы и public relations в технологиях построения имиджа.
20. Опыт политических лидеров разных государств в использовании политического имиджа.

21. Роль речевого общения в построении имиджа.
22. Этикет и имидж.

В конце изучения дисциплины подводятся итоги работы студентов на лекционных и практических занятиях путем суммирования заработанных баллов в течение семестра.

Критерии оценивания знаний обучающихся по дисциплине

Формирование балльно-рейтинговой оценки работы обучающихся

		Посещение лекций	Посещение практических занятий	Работа на практических занятиях	Зачёт
5 семестр	Разбалловка по видам работ	-	2 х 1= 2 балла	82 балла	16 баллов
	Суммарный макс. балл	-	2 балла max	84 балла max	100 баллов max

Критерии оценивания работы обучающегося по итогам семестра

	Баллы (1 ЗЕ)
«зачтено»	более 50
«не зачтено»	50 и менее

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Успешное изучение курса требует от обучающихся посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Запись лекции – одна из форм активной самостоятельной работы обучающихся, требующая навыков и умения кратко, схематично, последовательно и логично фиксировать основные положения, выводы, обобщения, формулировки. В конце лекции преподаватель оставляет время (5 минут) для того, чтобы обучающиеся имели возможность задать уточняющие вопросы по изучаемому материалу. Из-за недостаточного количества аудиторных часов некоторые темы не удается осветить в полном объеме, поэтому преподаватель, по своему усмотрению, некоторые вопросы выносит на самостоятельную работу студентов, рекомендуя ту или иную литературу. Кроме этого, для лучшего освоения материала и систематизации знаний по дисциплине, необходимо постоянно разбирать материалы лекций по конспектам и учебным пособиям. В случае необходимости обращаться к преподавателю за консультацией.

Подготовка к практическим занятиям.

При подготовке к практическим занятиям студент должен изучить теоретический материал по теме занятия (использовать конспект лекций, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, при необходимости дополнить конспект, делая в нем соответствующие записи из литературных источников). В случае затруднений, возникающих при освоении теоретического материала, студенту следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

В начале практического занятия преподаватель знакомит студентов с темой, оглашает план проведения занятия, выдает задания. В течение отведенного времени на выполнение работы студент может обратиться к преподавателю за консультацией или разъяснениями. В конце занятия проводится прием выполненных заданий, собеседование со студентом.

Результаты выполнения практических зданий оцениваются в баллах, в соответствии с балльно-рейтинговой системой университета.

Планы семинарских и практических занятий

Практическая работа № 1. **Теоретические основы имиджа**

Вопросы для обсуждения:

– Понятие и содержание имиджа.

– Предмет и функции имиджа: ценностные и технологические.
– Психологические основы имиджа. Стереотип как основа имиджа.
– Типология имиджа (различные подходы).

Практическая работа № 2. **Формирование имиджа**
Вопросы для обсуждения:
– Стратегии формирования имиджа.
– Технологии формирования имиджа.
– Психотехники в формировании имиджа.
– Имиджевая коммуникация.
– Каналы трансляции имиджа.

Практическая работа № 3. **Имидж организации**
Вопросы для обсуждения:
– Содержание имиджа организации.
– Технологии формирования имиджа организации.
– Имидж и репутация организации: сравнительный анализ.
– Особенности презентации организации в средствах массовой информации.
– Имидж руководителя организации: типология и технологии формирования.

Практическая работа № 4. **Корпоративная культура организации**
Вопросы для обсуждения:
– Корпоративная культура как система: понятие, функции, структура,
– атрибуты, значение.
– Национальные особенности корпоративной культуры как отражение
– социокультурной ментальности.
– Субъекты и объекты интересов организации.
– Принципы корпоративной культуры: корпоративная этика; корпоративная философия.
– Типология корпоративной культуры: классификации.
– Критерии идентификации корпоративной культуры (по С. Роббинсу).

Практическая работа № 5. **Самопрезентация как способ актуализации интереса людей к своим качествам**
Вопросы для обсуждения:
– Самопрезентация: понятие, содержание, психологические основы. Непосредственная и опосредованная самопрезентация.
– Технологии самопрезентации. Вербальная и невербальная составляющая самопрезентации.
– Значение компетенции в сфере деловой риторики в формировании имиджа личности.
– Роль делового этикета в формировании имиджа личности

Практическая работа № 6. **Проведите исследования имиджа организации / предприятия**
Цель работы: анализ конкурентных преимуществ выбранной организации, оценка её сильных и слабых сторон, выявление элементов сложившегося имиджа и, в соответствии с данной информацией, формирование маркетинговой стратегии её развития.
1 этап: определение объекта исследования. Необходимо:
– выбрать в качестве объекта исследования любые организацию / предприятие;
– дать развернутую характеристику данного предприятия: имеющиеся и потенциальные ресурсы и состояние, т. е. провести подробный SWOT-анализ.
2 этап: выявление существующего имиджа предприятия. Необходимо на основе полученной информации об организации / предприятии выявить его имидж. Можно использовать следующие инструменты анализа:
– для выявления «внутреннего» имиджа – опрос; для этого разработать анкету по выявлению имиджа организации / предприятия,
опросить сотрудников и путем экспертного анализа полученных
результатов определить имидж организации / предприятия;

– для выявления «внешнего» имиджа – провести экспертный анализ сайтов, смысловой анализ оценок (высказываний) на сайтах (форумах) о выбранных организации / предприятии.
3 этап: разработка программы мероприятий по формированию / оптимизации имиджа данных организации / предприятии.

Практическая работа № 7.
Подготовьте самопрезентации для различных ситуаций деловой коммуникации для непосредственной (собеседование, деловая беседа, публичное выступление, др.) и опосредованной (резюме, портфолио, др.) форм.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, Интернет-ресурсов, необходимых для освоения дисциплины

Основная литература

1. Шарков, Ф. И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - 5-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 270 с. - ISBN 978-5-394-03640-8. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1093679
2. Семенов, А. К. Организационное поведение : учебник / А. К. Семенов, В. И. Набоков. – 3-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 272 с. : ил., табл. – (Учебные издания для бакалавров).. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04466-3. – Текст : электронный. - URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=621937
3. Винюкова, А. К. Персональный имидж : учебное пособие / А. К. Винюкова. — Архангельск : САФУ, 2020. — 104 с. — ISBN 978-5-261-01460-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/161938
4. Корпоративный имидж организации : учебное пособие / составитель Т. И. Куликова. — Тула : ТГПУ, 2017. — 109 с. — ISBN 978-5-94280-294-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/101535

Дополнительная литература

1. Хакамада, И. М. В предвкушении себя: От имиджа к стилю / Хакамада И.М. - Москва :Альпина Пабл., 2016. - 234 с.: ISBN 978-5-9614-5356-0. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/912406
2. Кузнецов, И. Н. Деловой этикет : учебное пособие / И.Н. Кузнецов. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 348 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-016996-5. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1283266
3. Одеждоведение : учебное пособие : [16+] / А. А. Старовойтова, И. И. Шалмина, Ж. А. Фот, Л. В. Юферова ; Омский государственный технический университет. – Омск : Омский государственный технический университет (ОмГТУ), 2019. – 206 с. : ил., табл., схем. - Библиогр.: с. 192-194. – ISBN 978-5-8149-2907-5. – Текст : электронный. - URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=683029

Интернет-ресурсы

– Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов - http://school-collection.edu.ru
– Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» - http://window.edu.ru
– Официальный сайт министерства образования и науки РФ - http://www.mon.gov.ru
– Федеральный портал «Российское образование» - http://www.edu.ru
– Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов - http://fcior.edu.ru