



ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО МОРСКОГО И РЕЧНОГО ТРАНСПОРТА
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Государственный университет морского и речного флота имени адмирала С.О. Макарова»
Котласский филиал ФГБОУ ВО «ГУМРФ имени адмирала С.О. Макарова»

Кафедра естественнонаучных и технических дисциплин

АННОТАЦИЯ

Дисциплина «Деловой имидж»

Направление подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление

Профиль Государственное и муниципальное управление в социальной сфере

Уровень высшего образования _____ бакалавриат _____

Промежуточная аттестация _____ зачёт _____

1. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Деловой имидж» преподаётся в качестве дисциплины по выбору вариативной части учебного плана и создает основу для изучения, в первую очередь, общепрофессиональных и профессиональных дисциплин.

Дисциплина изучается на 4 курсе по заочной форме обучения в 8 семестре.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для изучения дисциплины, соответствуют стандартам, заложенным в процессе освоения следующих предшествующих дисциплин: «Культурология», «Русский язык и культура речи», «Деловые коммуникации», «Риторика», «Психология».

Дисциплина «Деловой имидж» является параллельно осваиваемой для дисциплин «Управление общественными отношениями», «Государственная и муниципальная служба».

Дисциплина «Деловой имидж» является теоретической основой и практическим инструментарием в подготовке бакалавров по направлению 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление» по дисциплинам: «Конфликтология», «Управление переговорами», «Этика государственной и муниципальной службы», а также при выполнении и защите курсовых работ/проектов, отчетов по практике и выпускных квалификационных работ.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине «Деловой имидж»

В результате освоения ОПОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать: характер влияния различных форм общения на имидж самого служащего и его организации, особенности социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий при осуществлении внешних контактов организации, требования имиджологии к самоорганизации государственного и муниципального служащего, современные требования к имиджу руководителя государственным или муниципальным проектом;

Уметь: осуществлять коммуникации на любом доступном языке для решения задач межведомственного и межмуниципального взаимодействия, организовывать взаимодействие с партнёрами организации, проявляя уважение к их ценностным маркерам, строить графики внешних коммуникаций на основе принципов корректности и взаимоуважения, формировать имидж руководителя проекта и использовать его в целях эффективности реализации проекта;

Владеть: вербальными приёмами формирования благоприятной среды общения, поведенческими и психологическими приёмами проявления внимания к этнокультурным и религиозным ценностям партнёров, современными приёмами и средствами повышения эрудиции и образовательного уровня в целом, имиджевыми средствами воздействия на участников государственного или муниципального проекта.

3. Объем дисциплины по видам учебных занятий

Объем дисциплины составляет 3 зачетных единиц, всего 108 часов, из которых по заочной форме 8 часов составляет контактная работа обучающегося с преподавателем (4 часа занятия лекционного типа, 4 часа занятия семинарского типа (семинары, практические занятия), 100 часов составляет самостоятельная работа обучающегося.

4. Основное содержание дисциплины «Деловой имидж»

Имидж и его роль в деловой жизни: Современное значение термина «имидж». Субъекты имиджирования. Атрибуты, факторы и компоненты имиджа. Концептуальные характеристики имиджа. Разновидности имиджа. Имидж как предмет исследования науки. Имиджология 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.

Персональный деловой имидж: структура, факторы: Понятия личностного персонального, профессионального, делового имиджа. Факторы и компоненты персонального делового имиджа. Внешние факторы персонального делового имиджа. Внутренние факторы, определяющие персональный деловой имидж (уровень нравственности, внешние данные,

интеллектуальные, художественные, информационные качества личности и др.) Три уровня «Я-концепции» как основы персонального имиджа.

Технология формирования внешнего имиджа организации: 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, вымпел, 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.

Технология формирования внутреннего имиджа организации: 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.

Сохранение позитивного имиджа организации: Способы сохранения и защиты позитивного имиджа организации. 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. Исследование корпоративного имиджа.

Кинетический и вербальный имидж делового человека: 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.

Составитель: к.фил.н., Вирячева С.Г.

Зав. кафедрой: к.т.н. Шергина О.В.