

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Томский государственный университет  
систем управления и радиоэлектроники

**Основы имиджологии**

Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям  
и для самостоятельной работы для студентов всех направлений  
подготовки и специальностей

Томск  
2022

**УДК 32.019.51**  
**ББК 60.56**  
К 721

**Рецензент:**

**Берсенов М.В.**, доцент кафедры истории и социальной работы ТУСУР,  
канд. ист. наук

К 721 Основы имиджологии: методические рекомендации для практических занятий и самостоятельной работы для студентов всех направлений подготовки и специальностей / Сост. А.Г. Костерев. – Томск : Томск. гос. ун-т систем упр. и радиоэлектроники, 2022. – 13 с.

Настоящие методические рекомендации для подготовки к практическим занятиям и самостоятельной работы студентов составлены с учетом требований федерального образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО).

Методические рекомендации содержат темы и вопросы к практическим занятиям и самостоятельной работе, вопросы к экзамену. Предназначены для студентов всех направлений подготовки и специальностей.

Одобрено на заседании каф. ИСР протокол № 1 от 02.02.2022

**УДК 32.019.51**  
**ББК 60.56**

© А.Г. Костерев, 2022  
© Томск. гос. ун-т систем упр. и радиоэлектроники, 2022

## Содержание

Ведение.....	4
Содержание практических занятий .....	5
Самостоятельная работа студента .....	9
Примерный перечень вопросов к экзамену .....	10
Примерные тесты .....	11
Рейтинг .....	12
Список литературы .....	13

## ВВЕДЕНИЕ

Дисциплина «Основы имиджологии» имеет целью приобретение студентами знаний в области теории имиджа и формирование у них практических способностей к управлению имиджем различных уровней в рамках профессиональной деятельности.

Задачи учебного курса:

- Сформировать базовое представление о сути имиджологии как проектной деятельности;
- Раскрыть социально-психологические основы имиджологии, составить представление о механике имиджа как психического образа, создаваемого в процессе субъект-субъектной коммуникации;
- Систематизировать знания об основных современных теориях имиджа и реальный опыт управления репутацией;
- Научить конкретным технологиям разработки, конструирования и развития имиджа различных уровней;
- Способствовать формированию навыков управления и планирования в имиджмейкинге.

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать: теоретические основы имиджмейкинга, его место и роль в современном коммуникационном пространстве;

уметь: эффективно применять различные технологии и методы формирования имиджа;

владеть: навыками репутационного менеджмента.

## **СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ.**

### **Тема 1. Имиджелогия - прикладная синкретичная дисциплина.**

#### Вопросы

1. Объект и предмет имиджелогии.
2. Культурно-исторические предпосылки складывания имиджелогии как отдельного направления социального знания.
3. Теоретическая база имиджелогии.
4. Соотношение понятий "имидж", "образ", "облик", "представление", "мнение".

#### Литература:

1. Логинова, А. К. Имиджелогия : учебное пособие для вузов / А. К. Логинова. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 72 с. — ISBN 978-5-8114-9355-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/233267> (дата обращения: 17.10.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Беляева, М. А. Азы имиджелогии: имидж личности, организации, территории : учебное пособие / М. А. Беляева, В. А. Самкова. — Екатеринбург : УрГПУ, 2016. — 184 с. — ISBN 978-5-7186-0814-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/158996> (дата обращения: 17.10.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

### **Тема 2. Имидж как социокультурный феномен.**

#### Вопросы

1. Понятие имиджа. Предмет имиджа.
2. Функции имиджа. Психологические основы имиджа.
3. Содержание имиджа. Каналы трансляции имиджа.

#### Литература:

1. Логинова, А. К. Имиджелогия : учебное пособие для вузов / А. К. Логинова. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 72 с. — ISBN 978-5-8114-9355-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/233267> (дата обращения: 17.10.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Беляева, М. А. Азы имиджелогии: имидж личности, организации, территории : учебное пособие / М. А. Беляева, В. А. Самкова. — Екатеринбург : УрГПУ, 2016. — 184 с. — ISBN 978-5-7186-0814-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/158996> (дата обращения: 17.10.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

### **Тема 3. Структура и типология имиджа.**

#### Вопросы

1. Подходы к типологизации и классификации имиджа.
2. Комплексная структура имиджа. Содержание и компоненты имиджа.
3. Уровни имиджа. Внешняя и внутренняя стороны имиджа.

#### Литература:

1. Логинова, А. К. Имиджелогия : учебное пособие для вузов / А. К. Логинова. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 72 с. — ISBN 978-5-8114-9355-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/233267> (дата обращения: 17.10.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Беляева, М. А. Азы имиджелогии: имидж личности, организации, территории : учебное пособие / М. А. Беляева, В. А. Самкова. — Екатеринбург : УрГПУ, 2016. — 184 с. — ISBN 978-5-7186-0814-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/158996> (дата обращения: 17.10.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

#### **Тема 4. Механизмы и закономерности формирования и функционирования имиджа.**

##### Вопросы

1. Трехединая природа субъекта имиджа.
2. Формирование имиджа как создание социальной реальности в сознании людей.
3. Социальные стереотипы и установки.

##### Литература:

1. Логинова, А. К. Имиджелогия : учебное пособие для вузов / А. К. Логинова. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 72 с. — ISBN 978-5-8114-9355-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/233267> (дата обращения: 17.10.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Беляева, М. А. Азы имиджелогии: имидж личности, организации, территории : учебное пособие / М. А. Беляева, В. А. Самкова. — Екатеринбург : УрГПУ, 2016. — 184 с. — ISBN 978-5-7186-0814-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/158996> (дата обращения: 17.10.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

#### **Тема 5. Принципы, этапы и технологии имиджирования.**

##### Вопросы

1. Инструментарий имиджмейкинга.
2. Имидж-моделирование.
3. Алгоритмы формирования имиджа.

##### Литература:

1. Логинова, А. К. Имиджелогия : учебное пособие для вузов / А. К. Логинова. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 72 с. — ISBN 978-5-8114-9355-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/233267> (дата обращения: 17.10.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Беляева, М. А. Азы имиджелогии: имидж личности, организации, территории : учебное пособие / М. А. Беляева, В. А. Самкова. — Екатеринбург : УрГПУ, 2016. — 184 с. — ISBN 978-5-7186-0814-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/158996> (дата обращения: 17.10.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

## **Тема 6. Индивидуальный имидж.**

### Вопросы

1. Индивидуальный имидж и социальный стереотип.
2. Формы и методы создания имиджа персоны.
3. Структура личности: внешние данные, биографические и социодемографические особенности.

### Литература:

1. Логинова, А. К. Имиджология : учебное пособие для вузов / А. К. Логинова. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 72 с. — ISBN 978-5-8114-9355-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/233267> (дата обращения: 17.10.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Беляева, М. А. Азы имиджологии: имидж личности, организации, территории : учебное пособие / М. А. Беляева, В. А. Самкова. — Екатеринбург : УрГПУ, 2016. — 184 с. — ISBN 978-5-7186-0814-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/158996> (дата обращения: 17.10.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

## **Тема 7. Корпоративный имидж.**

### Вопросы

1. Структура имиджа компании.
2. Особенности формирования корпоративного имиджа.
3. Функции и основные элементы корпоративной культуры.

### Литература:

1. Логинова, А. К. Имиджология : учебное пособие для вузов / А. К. Логинова. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 72 с. — ISBN 978-5-8114-9355-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/233267> (дата обращения: 17.10.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Беляева, М. А. Азы имиджологии: имидж личности, организации, территории : учебное пособие / М. А. Беляева, В. А. Самкова. — Екатеринбург : УрГПУ, 2016. — 184 с. — ISBN 978-5-7186-0814-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/158996> (дата обращения: 17.10.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

## **Тема 8. Политический имидж.**

### Вопросы

1. Сущность и структура политического имиджа.
2. Основные инструменты формирования и управления политическим имиджем.
3. Социально-психологические механизмы формирования политического имиджа.

### Литература:

1. Логинова, А. К. Имиджология : учебное пособие для вузов / А. К. Логинова. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 72 с. — ISBN 978-5-8114-9355-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/233267> (дата обращения: 17.10.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Беляева, М. А. Азы имиджологии: имидж личности, организации, территории : учебное пособие / М. А. Беляева, В. А. Самкова. — Екатеринбург : УрГПУ, 2016. — 184 с. — ISBN 978-5-7186-0814-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/158996> (дата обращения: 17.10.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

## **Тема 9. Стратегии и тактики репутационного менеджмента.**

### Вопросы

1. Профессиональный портрет специалиста по имиджу.
2. Методы работы имиджмейкера с клиентом.
3. Разработка и применение стратегий управления имиджем.

### Литература:

1. Логинова, А. К. Имиджология : учебное пособие для вузов / А. К. Логинова. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 72 с. — ISBN 978-5-8114-9355-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/233267> (дата обращения: 17.10.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Беляева, М. А. Азы имиджологии: имидж личности, организации, территории : учебное пособие / М. А. Беляева, В. А. Самкова. — Екатеринбург : УрГПУ, 2016. — 184 с. — ISBN 978-5-7186-0814-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/158996> (дата обращения: 17.10.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

## САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТА

Для эффективной самостоятельной работы студентам необходимо проработать материал лекций и практических занятий. Изучить основную и дополнительную литературу. В процессе самостоятельной работы необходимо ориентироваться на задание по самостоятельной работе, обратив внимание на форму контроля. Для проверки своих знаний студентам также предложен примерный тест в этом же разделе пособия. Неотъемлемой частью самостоятельной работы студента является подготовка к сдаче экзамена. Вопросы для сдачи экзамена представлены в разделе «Экзаменационные вопросы» данных методических рекомендаций.

Название разделов, (тем) дисциплин	Виды самостоятельной работы	Формы контроля
1 Имиджелогия - прикладная синкретичная дисциплина	Подготовка к тестированию, Подготовка к устному опросу	Тестирование Устный опрос
2 Имидж как социокультурный феномен	Подготовка к тестированию, Подготовка к устному опросу	Тестирование Устный опрос
3 Структура и типология имиджа	Подготовка к тестированию, Подготовка к устному опросу	Тестирование Устный опрос
4 Механизмы и закономерности формирования и функционирования имиджа	Подготовка к тестированию, Подготовка к устному опросу	Тестирование Устный опрос
5 Принципы, этапы и технологии имиджирования	Подготовка к тестированию, Подготовка к устному опросу	Тестирование Устный опрос
6 Индивидуальный имидж	Подготовка к тестированию, Подготовка к устному опросу	Тестирование Устный опрос
7 Корпоративный имидж	Подготовка к тестированию, Подготовка к устному опросу	Тестирование Устный опрос
8 Политический имидж	Подготовка к тестированию, Подготовка к устному опросу	Тестирование Устный опрос
9 Стратегии и тактики репутационного менеджмента	Подготовка к тестированию, Подготовка к устному опросу	Тестирование Устный опрос

## **ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ:**

1. Имиджелогия: объект, предмет, задачи, содержание.
2. Имидж: понятие, функции, уровни, значение.
3. Психологические основы имиджа.
4. Методики оценки эффективности имиджа.
5. Типология имиджа (различные подходы).
6. Методики оценки эффективности имиджа.
7. Имиджевая коммуникация: принципы, особенности, каналы.
8. Инструментарий имиджмейкинга
9. Корпоративный имидж: содержание, технологии формирования, значение.
10. Персональный имидж: содержание, технологии формирования, значение.
11. Самопрезентация: содержание, психологические основы, значение.
12. Публичное выступление: подготовка и организация.
13. Этикет делового общения: содержание, принципы, значение для самопрезентации.
14. Имиджевый проект: принципы и технологии разработки.
15. Корпоративная культура как система: понятие, функции, структура, значение.
16. Национальные особенности корпоративной культуры.
17. Принципы корпоративной культуры: корпоративная этика; корпоративная философия; миссия организации.
18. Технологии формирования и поддержания корпоративной культуры в организации.

## ПРИМЕРНЫЕ ТЕСТЫ

1. Имидж является:
  - а) моделью поведения
  - б) рекламой
  - в) способом самовыражения
  - г) демонстрацией намерения
2. Цель имиджа:
  - а) приобретение одобрения аудитории
  - б) получение прогнозируемого результата
  - в) возможность самовыражения
  - г) возможность самоутверждения
3. Наиболее точная оценка имиджа соответствует следующему утверждению:
  - а) существует общая оценка имиджа по одному параметру
  - б) следует оценивать имидж по одному параметру для каждой группы общественности
  - в) существует общая оценка имиджа по ряду параметров
  - г) следует оценивать имидж для каждой группы общественности по ряду показателей
4. Формирование имиджа в глазах внутренней общественности соответствует принципам:
  - а) приоритет внешних коммуникаций над внутренними
  - б) приоритет внутренних коммуникаций над внешними
  - в) паритет внешних и внутренних коммуникаций
  - г) предварительное освещение новости в СМИ
5. Имидж лидера компании «Coca-Cola» соответствует характеристике:
  - а) «лицо организации»
  - б) «растворенность в организации»
  - в) «антиреклама»
  - г) возвышение имиджа
6. Контрреклама – это ...
  - а) отстройка от конкурентов
  - б) результат деятельности конкурентов
  - в) возвышение случайно сниженного имиджа
  - г) позиционирование организации
7. Жанр PR-текста, который в наибольшей степени позиционирует лидера организации:
  - а) пресс-релиз
  - б) бекграундер
  - в) байлайнер
  - г) ньюс-релиз
8. Форма «вопрос-ответ» не используется при формировании имиджа лидера организации:
  - а) на годовом собрании акционеров
  - б) при подготовке интервью лидера со СМИ
  - в) при встрече с рядовыми сотрудниками организации
  - г) при подготовке имиджевой статьи
9. К параметрам эффективных источников коммуникации не относится:
  - а) правдоподобие
  - б) конгруэнтность
  - в) власть
  - г) привлекательность
10. Как предпочтительнее садиться при беседе с глазу на глаз?
  - а) напротив друг друга
  - б) под небольшим углом
  - в) рядом
  - г) не имеет значения

## РЕЙТИНГ

Формы контроля	Максимальный балл на 1-ую КТ с начала семестра	Максимальный балл за период между 1КТ и 2КТ	Максимальный балл за период между 2КТ и на конец семестра	Всего за семестр
Устный опрос / собеседование	10	15	15	40
Тестирование	10	10	10	30
Экзамен				30
Итого максимум за период	20	25	25	100
Нарастающим итогом	20	45	70	100

Формирование оценок за контрольную точку:

- 90-100% от максимально возможного на момент КТ количества баллов – «отлично»;
- 80-89% – «хорошо»;
- 60-79% - «удовлетворительно»;
- менее 60% - неудовлетворительно.

Методика формирования итоговой оценки по дисциплине:

- 5 (отлично) 90 - 100 баллов
- 4 (хорошо) 70 – 89 баллов
- 3 (удовлетворительно) 60 – 69
- 2 (неудовлетворительно) ниже 60 баллов.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Логинова, А. К. Имиджелогия : учебное пособие для вузов / А. К. Логинова. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 72 с. — ISBN 978-5-8114-9355-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/233267> (дата обращения: 17.10.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Беляева, М. А. Азы имиджелогии: имидж личности, организации, территории : учебное пособие / М. А. Беляева, В. А. Самкова. — Екатеринбург : УрГПУ, 2016. — 184 с. — ISBN 978-5-7186-0814-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/158996> (дата обращения: 17.10.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.