

8. Аннотация рабочей программы учебной дисциплины ОП 9. Основы делового имиджа

Область применения программы.

Рабочая программа учебной дисциплины «Основы делового имиджа» является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 «Реклама» (базовый уровень (вариативная часть)). Рабочая программа может быть использована в профессиональной подготовке специалиста по рекламе.

Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы: общепрофессиональные дисциплины (вариативная часть), ОП 9. Основы делового имиджа

Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины:

Цель преподавания дисциплины: подготовка специалиста, владеющего основополагающими знаниями о технологии формирования имиджа, навыков управления персональными, политическими, корпоративным имиджем в рекламных областях и общественно-экономической деятельности.

Задачи изучения дисциплины:

- изучить историю имиджологии как самостоятельной научно-прикладной дисциплины;
- выявить роль имиджологии в современном обществе;
- рассмотреть основные концепции имиджологии, содержащие базовые понятия; изучить структуру имиджа, его составляющие;
- изучить современные типологии имиджа; рассмотреть функции и значения имиджа;
- изучить инструментарий имиджологии и методики его использования;
- изучить теоретические аспекты самопрезентации и принципы имиджирования;
- сформировать навыки использования технологий имиджирования в области персональной имиджологии;
- сформировать навыки создания и управления политическим корпоративным имиджем.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся *должен*:

знать:

- сущность имиджа, его составляющие и роль в различных сферах общественных отношений, этические аспекты общения, основы самопрезентации.

уметь:

- аргументировать свою позицию в ходе деловых переговоров, устанавливать деловые отношения, проводить деловые переговоры, осуществлять взаимодействие с различными учреждениями, организациями и службами;
- выявлять и оценивать имидж личности и организации;
- оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;
- разрабатывать рекомендации и предложения для изменения имиджа;
- принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организаций.

владеть:

- навыками инструментария при выборе технологии социального воздействия конкретных условий ее осуществления; навыками общения;
- навыками формирования имиджа в профессиональной деятельности: личностного имиджа и имиджа организации;
- навыками продвижения товаров и услуг фирмы на рынок.

Теоретическое освоение курса предполагает профессиональной терминологией, знание принципов и имиджирования. Практическое освоение курса предполагает приобретение навыков имиджирования.

В результате освоения учебной дисциплины ОП 9. «Основы делового имиджа» у обучающегося формируются общие компетенции:

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ПК 1.1 Осуществлять поиск рекламных идей

ПК 1.3 Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4 Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений

ПК 1.5 Создавать визуальные образы с рекламными функциями

ПК 2.3 Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.

ПК 3.1 Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.

ПК 3.2 Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

ПК 4.2 Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

ПК 4.3 Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.

Количество часов на освоение программы дисциплины ОП. 09 «Основы делового имиджа»: Максимальная учебная нагрузка обучающихся – 48 часов, в том числе обязательная аудиторная нагрузка - 32 часов. Самостоятельная работа обучающихся – 16 часов.

Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	48
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	32
в том числе:	
практические занятия	12
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	16
Промежуточная аттестация в форме зачета	