

Документ подписан простой электронной подписью

Информационно-образовательное учреждение высшего образования
Негосударственное аккредитованное некоммерческое частное образовательное учреждение высшего образования

ФИО: Агабекян Раиса Левоновна

Должность: ректор «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ»

Дата подписания: 11.07.2023 09:40:09

(г. Краснодар)

Уникальный программный ключ:

(НАН ЧОУ ВО Академия ИМСИТ)

4237c7ccb9b9e111bbaf1f4fcd9201d015c4dbaa123ff774747307b9b9fbcbe

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе,
доцент Севрюгина Н.И.

17 апреля 2023

Имиджелогия

Анотация к рабочей программе дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Кафедра рекламы и дизайна
Учебный план	38.04.02 Менеджмент
Квалификация	магистр
Форма обучения	заочная
Программу составил(и):	кфн, доцент кафедры рекламы и дизайна, Петракова Анна Сергеевна

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	1		Итого	
	уп	рп		
Вид занятий				
Лекции	4	4	4	4
Практические	4	4	4	4
Контактная работа на аттестации (в период экз. сессий)	0,2	0,2	0,2	0,2
В том числе в форме практ.подготовки	2	2	2	2
Итого ауд.	8	8	8	8
Контактная работа	8,2	8,2	8,2	8,2
Сам. работа	60	60	60	60
Часы на контроль	3,8	3,8	3,8	3,8
Итого	72	72	72	72

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Целью изучения данного курса является формирование у студентов представления об основах имиджелогии как дисциплины, формирующей определённый стиль поведения, на уровне профессионального общения, а также, знакомство с основами имиджелогии: историей имиджа, его современным трактованием, типологией, инструментарием, спецификой применения в различных сферах деятельности, формами реализации; а также в формировании общепрофессиональных и профессиональных компетенций.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	ФТД
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Актуальные проблемы общего и стратегического менеджмента
2.1.2	Методы исследований в стратегическом менеджменте
2.1.3	Стратегия и тактика управления проектами
2.1.4	Стратегия социальных и маркетинговых исследований
2.1.5	Учебная практика: ознакомительная практика
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Актуальные проблемы общего и стратегического менеджмента
2.2.2	Методы исследований в стратегическом менеджменте
2.2.3	Стратегия и тактика управления проектами
2.2.4	Стратегия социальных и маркетинговых исследований
2.2.5	Учебная практика: ознакомительная практика
2.2.6	Интеллектуальные информационные системы
2.2.7	Производственная практика: практика по профилю профессиональной деятельности
2.2.8	Стратегические управленческие решения
2.2.9	Стратегический менеджмент (продвинутый уровень)
2.2.10	Учебная практика: научно-исследовательская работа
2.2.11	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.12	Производственная практика: научно-исследовательская работа

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-3: Способен организовать исследования и разработка перспективных методов, моделей и механизмов организации и планирования производства

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.2	Уметь:
3.3	Владеть: