МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«Забайкальский государственный университет»

(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Факультет естественных наук математики и технологии

Кафедра теории и методики профессионального образования,

сервиса и технологий

**УЧЕБНЫЕ МАТЕРИАЛЫ**

**для студентов заочной формы обучения**

*(с полным сроком обучения)*

по дисциплине «Имиджмейкинг**»**

наименование дисциплины (модуля)

для направления подготовки 44.03.01. Сервис

Профиль «Сервис в индустрии моды и красоты»

код и наименование направления подготовки (специальности)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) – 2 зачетных единиц.

Форма текущего контроля в семестре – контрольная работа, реферат

Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП) –нет.

Форма промежуточного контроля в 10 семестре – зачет. **Краткое содержание курса**

Перечень изучаемых разделов, тем дисциплины (модуля).

1 Корпоративный имидж

2 Технологии формирования имиджа

3 Деловой персональный имидж

4 Виды имиджа

**Семестр 10**

**Форма текущего контроля**

**Контрольная работа**

Контрольная работа выполняется в виде (реферата, эссе, теста, расчетно-графического задания и т.д.)

***Контрольные вопросы и задания для контроля самостоятельной работы***

1. Характеристика ассортимента модной одежды на предстоящий модный сезон.
2. Летний цветовой тип внешности и выбор стилевых решений одежды.
3. Особенности проектирования одежды на полные фигуры.
4. Осенний цветовой тип внешности и выбор стилевых решений.
5. Особенности проектирования одежды для людей высокого роста.
6. Этнический стиль и его роль в современной моде.
7. Проблема прогнозирования модной цветовой гаммы.
8. Особенности проектирования одежды для невысоких людей.
9. Возраст человека и стиль в одежде.
10. Психология моды.
11. Классификация потребителей предложений моды по скорости принятия модных решений.
12. Городской стиль «кэжуал» в современной моде.
13. История развития и основные положения теории «сезонов».
14. Влияние особенностей характера и темперамента на выбор стилевых решений одежды.
15. Спортивный стиль одежды и его роль в развитии современной моды.
16. Одежда для тинейджеров: современный подход к проектированию молодежной одежды.
17. Характеристика размеров и формы головы для целей проектирования одежды.
18. Стиль в одежде как характеристика личности человека.
19. Весенний цветовой тип внешности и выбор стилевых решений.
20. Гардероб для людей с мягко очерченными линиями внешности
21. Романтический стиль в одежде.
22. Зимний цветовой тип внешности и выбор стилевых решений
23. Гардероб для людей с четко очерченными линиями внешности.
24. Стиль «панк» и его вклад в развитие дизайна одежды.
25. Методика тестирования цветового типа внешности.
26. Зависимость стиля в одежде от особенностей профессиональной среды.
27. Стиль делового человека.
28. Определение тактики корректировки формы тела формой одежды.
29. Проблема формирования рационального гардероба.
30. Стиль «хиппи» в истории моды и сегодня.
31. Обзор рекомендованной литературы.

**Форма промежуточного контроля**

**Зачет**

***Вопросы к зачету***

1. Определение и концептуальные характеристики имиджа.
2. Классификации разновидностей имиджа.
3. Значение имиджа и имиджирования в деловой жизни.
4. Философия организации: определение, структура, функции.
5. Рекомендации по разработке декларации корпоративной философии.
6. Миссия и принципы деятельности организации как часть корпоративной философии.
7. Ценности организации как часть корпоративной философии.
8. Цели организации и их отношение к корпоративной философии.
9. Компоненты внешнего имиджа организации.
10. Способы и средства внешнего имиджирования в организации.
11. Способы и средства внутреннего имиджирования в организации.
12. Сохранение и защита внутреннего имиджирования в организации.
13. Традиционная модель корпоративного имиджа.
14. Современная модель корпоративного имиджа.
15. Школы и подходы в исследованиях взаимосвязи имиджа и репутации.
16. Факторы репутации.
17. Измерение репутации.
18. Понятие персонально-делового имиджа.
19. Внутренние и внешние факторы, определяющие персональный имидж.
20. Составляющие «Я-концепции».
21. Типология цветового имиджа личности.

**Оформление письменной работы согласно МИ 4.2-5/47-01-2013** [Общие требования к построению и оформлению учебной текстовой документации](http://zabgu.ru/files/html_document/pdf_files/fixed/Normativny%27e_dokumenty%27_i_obrazcy%27_zayavlenij/Obshhie_trebovaniya_k_postroeniyu_i_oformleniyu_uchebnoj_tekstovoj_dokumentacii.pdf)

**Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

 **Основная литература**

1. Горчакова В.Г. Прикладная имиджелогия/ В.Г. Горчакова. –Ростов н/Д: Феникс, 2010. – 478 с. – (Высшее образование)
2. Горчакова В.Г. Техники перевоплощения. Имидж-тренинг в 33 шага / В.Г. Горчакова. – Ростов н/Д: Феникс, 2010. – 315 с.
3. Милованова Т.А. Основы имиджелогии: учеб. Пособ. Для ссузов / Т.А. Милованова. –М.: Дрофа, 2010. – 160 с.: ил.

 **Дополнительная литература**

1. Почепцов Г. Г. Имиджелогия. – М.: Рефл-бук, Киев: Ваклер, 2000. – 678 с.
2. Почепцов Г.Г. Профессия: имиджмейкер. 2-е изд., испр. и доп. – СПб.: Алетейя, 2001. — 256 с.
3. Рябикина З.И. Культурная и индивидуальная обусловленность самопрезентации.// Имиджелогия – 2005: Материалы третьего Международного симпозиума по имиджелогии / Под ред. Е.А. Петровой. М.:РИЦ АИМ. 2005. С.83
4. Управленческая имиджелогия: Программа курса, учебно-методические материалы. М.: Российская правовая академия МЮ РФ, 2004. – 16 с.
5. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники. – М.: Омега-Л, 2009. – 272 с.
6. Шепель В.М.. Имиджелогия. Как нравиться людям. – М.: Народное образование, 2002. – 576 с.
7. Я – Ваш имиджмейкер и готов помочь сформировать Ваш профессиональный имидж. – 2-е изд. испр. – М.: Дело, 2004. – 240 с.

**Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы\***

1. [www.yandex.ru](http://www.yandex.ru)
2. [www.google.ru](http://www.google.ru)

**Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Для самостоятельного выполнения лабораторных работ необходимо наличие компьютера с процессором Pentium 3 (400MHz и выше), не менее 128 Мб ОЗУ и 300 Мб дискового пространства. Проектор.

Кроме того, в качестве программного обеспечения должны быть установлены:

- Microsoft PowerPoint 2007/2010

- Microsoft Access 2007/2010

- Microsoft FrontPage 2007/2010

- Microsoft Outlook 2007/2010

- Microsoft Word 2007/2010

- Microsoft Excel 2007/2010

- Microsoft Internet Explorer.

необходимо иметь доступ к глобальной сети Интернет.

Оборудование: установки для демонстраций основных вопросов курса, мультимедийное и компьютерное оборудование (ауд. 315, 100, 111).

Коллекция видеофильмов и DVD диски: цикл электронных презентаций учебного материала.

Разработчик:

к.п.н., доцент каф. ТМПОСиТ Мелихова Ю.Ю.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (должность, подпись, ФИО)