

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

«ИМИДЖЕОЛОГИЯ В ТУРИЗМЕ»

по основной образовательной программе бакалаврита 38.03.02 Менеджмент
профиль Менеджмент в сервисе и туризме
для очной и заочной форм обучения

1. **Основная цель** формирование у студентов теоретических знаний в области имиджологии, практических знаний и навыков в области управления персональным, и корпоративным имиджем.
2. **Результаты обучения по дисциплине (приобретенные компетенции)**

ПК-2	владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде
ПК-12	умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)

3. **Трудоемкость дисциплины** 2 ЗЕ (72ч) 2016 (очная), 3 ЗЕ (108ч) 2013-2015 (очная); 3 ЗЕ (108ч) 2012-2015 (заочная)
4. **Содержание дисциплины**

Модуль 1. 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 внимания науки. Тематика исследований, дисциплинарные подходы.

Модуль 2. Концептуальные модели корпоративного имиджа. Традиционная и современная модели коммуникации и имиджа. Понимание источников, факторов, структуры имиджа, связи имиджа с поведением потребителей и корпоративной идентичностью в традиционной и современной моделях.

Модуль 3. Корпоративная репутация в системе имиджирования. Определение имиджа и репутации в отечественной и зарубежной науке. Факторы корпоративной репутации. Измерение корпоративной репутации.

Модуль 4. Корпоративная философия – фундамент имиджа организации. Понятие корпоративной философии. Цели и стратегия организации. Рекомендации по разработке декларации философии предприятия

Модуль 5. Основы технологии формирования внешнего имиджа фирмы. Функции внешнего имиджирования. Идентификация, акцентуация и продвижение в технологии формирования внешнего имиджа. Проектирование корпоративного имиджа. Технические задачи имиджевых коммуникаций. Определение целевых аудиторий

Форма промежуточной аттестации – зачет 2016 (очная), 2015 (заочная); экзамен 2013-2015 (очная), 2012-2014 (заочная)

Разработал доцент кафедры М
Проверил директор ИЭиУ

Н.В. Биттер
И.Н. Сычева