

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
«Казанский (Приволжский) федеральный университет»**

Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций
Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций
Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии



Фатыхова Диана Рустэмовна

«Имиджелогия»

Краткий конспект курса

Казань 2017

Оглавление

Тема 1. Имиджелогия как сфера профессиональной деятельности. История развития имиджелогии	3
Тема 2. Имидж в структуре мира. Походы к определению имиджа.	4
Тема 3. Инструментарий имиджелогии	5
Тема 4. Корпоративный имидж. Основные составляющие имиджа организации	6
Тема 5. Технологии создания имиджа организации	7
Тема 6. Политическая имиджелогия: понятие, классификация политического имиджа.	8
Информационные источники	9
Вопросы к зачету	11

ТЕМА 1. Имиджелогия как сфера профессиональной деятельности. История развития имиджелогии

Аннотация: в рамках данной темы, рассматривается содержание науки «имиджелогии», рассматривается ее мест среди других наук об имидже.

Ключевые слова: имидж, имиджелогия, наука об имидже, психология имиджа.

Вопросы для изучения:

1. Имиджелогия как наука об имидже.
2. История имиджелогии
3. Имиджелогия в структуре научного знания

Источники информации:

1. Варакута С. А. Связи с общественностью : Учебное пособие [Электронный ресурс] / С.А. Варакута. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 207 с. - URL:<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=371726>
2. Бузни Е. Н. История связей с общественностью: Учебное пособие [Электронный ресурс] /Е.Н. Бузни. - 2-е изд. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с. - URL:<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=406724>
3. Гундарин М. В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейшнз: Учебное пособие [Электронный ресурс] /Гундарин М. В., 2-е изд., испр. и доп. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 312 с. - URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=493364>
4. Синяева И. М. Паблик рилейшнз [Электронный ресурс] : Толковый словарь / Авт.-сост. И. М. Синяева. - М. : Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К-', 2013. - 200 с. - URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=430665>
5. Осипова Е. А. Теория и практика социокультурного брендинга. Ценностные аспекты создания брендов в социальной сфере [Электронный ресурс]/Е.А.Осипова - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 156 с. - URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=523512>

ТЕМА 2. Имидж в структуре мира. Походы к определению имиджа.

Аннотация: в рамках данной темы, рассматривается содержание понятия «имидж», его функций и виды.

Ключевые слова: имидж, имиджелогия, репутация, образ, личный имидж, публичный имидж.

Вопросы для изучения:

1. Имидж как предмет имиджелогии.
2. Понятие имиджа: структура, функции.

Источники информации:

1. Варакута С. А. Связи с общественностью : Учебное пособие [Электронный ресурс] / С.А. Варакута. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 207 с. - URL:<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=371726>
2. Бузни Е. Н. История связей с общественностью: Учебное пособие [Электронный ресурс /Е.Н. Бузни. - 2-е изд. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с. - URL:<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=406724>
3. Гундарин М. В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейшнз: Учебное пособие [Электронный ресурс] /Гундарин М. В., 2-е изд., испр. и доп. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 312 с. - URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=493364>
4. Синяева И. М. Паблик рилейшнз [Электронный ресурс] : Толковый словарь / Авт.-сост. И. М. Синяева. - М. : Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К-', 2013. - 200 с. - URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=430665>
5. Осипова Е. А. Теория и практика социокультурного брендинга. Ценностные аспекты создания брендов в социальной сфере [Электронный ресурс]/Е.А.Осипова - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 156 с. - URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=523512>

ТЕМА 3. Инструментарий имиджелогии

Аннотация: в рамках данной темы, рассматриваются основные инструменты формирования имиджа государственного деятеля.

Ключевые слова: позиционирование, манипулирование, мифологизация, детализация, дистанцирование, вербализация, визуализация, перевод.

Вопросы для изучения:

1. Основные инструменты формирования имиджа: позиционирование, манипулирование, мифологизация.
2. Приемы формирования имиджа: эмоционализация, акцентирование информации, вербализация, визуализация, перевод.
3. Интернет как инструмент создания имиджа.

Источники информации:

1. Варакута С. А. Связи с общественностью : Учебное пособие [Электронный ресурс] / С.А. Варакута. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 207 с. - URL:<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=371726>
2. Бузни Е. Н. История связей с общественностью: Учебное пособие [Электронный ресурс /Е.Н. Бузни. - 2-е изд. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с. - URL:<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=406724>
3. Гундарин М. В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-релейшнз: Учебное пособие [Электронный ресурс] /Гундарин М. В., 2-е изд., испр. и доп. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 312 с. - URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=493364>
4. Синяева И. М. Паблик релейшнз [Электронный ресурс] : Толковый словарь / Авт.-сост. И. М. Синяева. - М. : Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К-', 2013. - 200 с. - URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=430665>
5. Осипова Е. А. Теория и практика социокультурного брендинга. Ценностные аспекты создания брендов в социальной сфере [Электронный ресурс]/Е.А.Осипова - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 156 с. - URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=523512>

ТЕМА 4. Корпоративный имидж. Основные составляющие имиджа организации

Аннотация: В данной теме раскрываются основные составляющие имиджа организации.

Ключевые слова: компоненты имиджа организации, корпоративный имидж.

Вопросы для изучения:

1. Понятие корпоративного имиджа
2. Компоненты имиджа организации
3. Процесс формирования и развития имиджа организации

Источники информации:

1. Варакута С. А. Связи с общественностью : Учебное пособие [Электронный ресурс] / С.А. Варакута. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 207 с. - URL:<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=371726>
2. Бузни Е. Н. История связей с общественностью: Учебное пособие [Электронный ресурс /Е.Н. Бузни. - 2-е изд. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с. - URL:<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=406724>
3. Гундарин М. В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-релейшнз: Учебное пособие [Электронный ресурс] /Гундарин М. В., 2-е изд., испр. и доп. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 312 с. - URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=493364>
4. Синяева И. М. Паблик релейшнз [Электронный ресурс] : Толковый словарь / Авт.-сост. И. М. Синяева. - М. : Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К-', 2013. - 200 с. - URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=430665>
5. Осипова Е. А. Теория и практика социокультурного брендинга. Ценностные аспекты создания брендов в социальной сфере [Электронный ресурс]/Е.А.Осипова - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 156 с. - URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=523512>

ТЕМА 5. Технологии создания имиджа организации

Аннотация: Данная тема раскрывает основные технологии формирования имиджа организации.

Ключевые слова: технологии, имиджевые технологии, корпоративный имидж, внутренний имидж организации.

Вопросы для изучения:

1. Понятие технологий формирования имиджа организации
2. Этапы создания имиджа организации
3. Общие PR-технологии, используемые при формировании имиджа организации.

Источники информации:

1. Варакута С. А. Связи с общественностью : Учебное пособие [Электронный ресурс] / С.А. Варакута. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 207 с. - URL:<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=371726>
2. Бузни Е. Н. История связей с общественностью: Учебное пособие [Электронный ресурс] /Е.Н. Бузни. - 2-е изд. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с. - URL:<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=406724>
3. Гундарин М. В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-релейшнз: Учебное пособие [Электронный ресурс] /Гундарин М. В., 2-е изд., испр. и доп. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 312 с. - URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=493364>
4. Синяева И. М. Паблик релейшнз [Электронный ресурс] : Толковый словарь / Авт.-сост. И. М. Синяева. - М. : Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К-', 2013. - 200 с. - URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=430665>
5. Осипова Е. А. Теория и практика социокультурного брендинга. Ценностные аспекты создания брендов в социальной сфере [Электронный ресурс]/Е.А.Осипова - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 156 с. - URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=523512>

ТЕМА 6. Политическая имиджелогия: понятие, классификация политического имиджа.

Аннотация: Данная тема посвящена политическому имиджу и раскрывает основные его типологии.

Ключевые слова: имиджевые технологии, перформанс, политический имидж.

Вопросы для изучения:

1. Понятие политического имиджа
2. Типология политического имиджа
3. Проблемы корректировки политического имиджа

Источники информации:

1. Варакута С. А. Связи с общественностью : Учебное пособие [Электронный ресурс] / С.А. Варакута. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 207 с. - URL:<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=371726>
2. Бузни Е. Н. История связей с общественностью: Учебное пособие [Электронный ресурс /Е.Н. Бузни. - 2-е изд. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с. - URL:<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=406724>
3. Гундарин М. В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-релейшнз: Учебное пособие [Электронный ресурс] /Гундарин М. В., 2-е изд., испр. и доп. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 312 с. - URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=493364>
4. Синяева И. М. Паблик релейшнз [Электронный ресурс] : Толковый словарь / Авт.-сост. И. М. Синяева. - М. : Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К-', 2013. - 200 с. - URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=430665>
5. Осипова Е. А. Теория и практика социокультурного брендинга. Ценностные аспекты создания брендов в социальной сфере [Электронный ресурс]/Е.А.Осипова - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 156 с. - URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=523512>

Информационные источники

Основная литература:

1. Варакута С. А. Связи с общественностью : Учебное пособие [Электронный ресурс] / С.А. Варакута. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 207 с. - URL:<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=371726>
2. Бузни Е. Н. История связей с общественностью: Учебное пособие [Электронный ресурс] /Е.Н. Бузни. - 2-е изд. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с. - URL:<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=406724>
3. Гундарин М. В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-релейшнз: Учебное пособие [Электронный ресурс] /Гундарин М. В., 2-е изд., испр. и доп. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 312 с. - URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=493364>

Дополнительная литература:

1. Синяева И. М. Паблик релейшнз [Электронный ресурс] : Толковый словарь / Авт.-сост. И. М. Синяева. - М. : Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К-', 2013. - 200 с. - URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=430665>
2. Осипова Е. А. Теория и практика социокультурного брендинга. Ценностные аспекты создания брендов в социальной сфере [Электронный ресурс]/Е.А.Осипова - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 156 с. - URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=523512>

Интернет-ресурсы:

1. Азина О. А. Национальная специфика архетипов и ценностей / О. А. Азина. – Режим доступа: URL: http://teoria-practica.ru/rus/files/arhiv_zhurnala/2013/11/sociologiya/azina.pdf (дата обращения: 22.09.2014)
2. Алмонд Г. Гражданская культура и стабильность демократии / Г. Алмонд, С. Верба // Полис («Политические исследования»). – 1992. – № 4. – URL: http://ecsosman.hse.ru/data/2011/12/25/1270389779/Politeia_Almond-2010-2.pdf (дата обращения: 25.12.2015).
3. Бавырин Д. Дама с косой / Д. Бавырин // Деловая газета «Взгляд», 8 октября 2007. – URL: <http://vz.ru/society/2007/10/8/115621.html> (дата обращения: 25.12.2015).

4. Белоконь О. В. Эмоциональный и социальный интеллект и феномен лидерства / О. В. Белоконь. – URL: http://creativity.ipras.ru/texts/books/social_IQ_2009/belokon_social_IQ_2009 (дата обращения: 25.12.2015).
5. Балугев Д. Г. Политическая роль социальных медиа как поле научного исследования / Д. Г. Балугев. // Образовательные технологии и общество (EDUCATIONAL TECHNOLOGY & SOCIETY), 2013. - Том 16. -№ 2. - URL:http://ifets.ieee.org/russian/depository/v16_i2/html/18.htm(дата обращения: 25.12.2013).
6. Бондарев Н. В. По страницам мемуаров Мадлен Олбрайт (к визиту в Россию «мудрецов НАТО) / Н.В. Бондарев // Российский институт стратегических исследований (РИСИ). – URL: <http://riss.ru/analytics/2202/> (дата обращения: 25.12.2015).
7. Ваганов Г. А. Артикуляция политических интересов // Библиотека М. Грачева. – URL: <http://grachev62.narod.ru/pob/chapt04.htm> (дата обращения: 25.12.2015).
8. Внешность и ее роль в жизни человека Опрос ФОМ. 08.08.2008. – URL: <http://bd.fom.ru/report/map/d083225> (дата обращения: 25.02.2013).
9. «Идеальный президент – «отец нации» или современный менеджер?» // Пресс-выпуск № 852. 18.01.2008. – URL: <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9488> (дата обращения: 25.12.2015).
10. Кочкина Е. В. Российский электорат: обретение гендерных различий / Е. В. Кочкина // Интернет-конференция: Гендерные стереотипы в современной России с 01.05.06 по 7.07.06. – URL: <http://ecsocman.hse.ru/text/16209209/> (дата обращения: 25.12.2015).
11. Панарин И. Н. Принципы и приемы формирования имиджа политика / И. Н. Панарин // Сайт политолога Панарина И. Н. – URL: <http://panarin.com/politik/5-principyu-i-priemy-formirovaniya-imidzha-politika.html> (дата обращения: 25.12.2015).
12. Чалдини Р. Психология влияния. – URL: <http://iknigi.net/avtor-robert-chaldini/55038-psihologiya-vliyaniya-robert-chaldini/read/page-4.html> (дата обращения: 25.12.2015).

Вопросы к зачету

1. Имидж в структуре мира.
2. Общая модель имиджевой коммуникации.
3. Типы управления имиджем.
4. Суть политической коммуникации.
5. Переход от имиджа к мифу, процессы столкновения мифов.
6. Имидж в избирательных кампаниях.
7. Роль в имиджелогии массовой психологии.
8. Имиджи политиков.
9. Позиционирование как инструмент имиджевой коммуникации.
10. Имиджи бизнеса.
11. Манипулирование как способ коммуникативного воздействия.
12. Имиджи политических партий.
13. Мифологизация как инструмент имиджевой коммуникации.
14. Особенности имиджа женщины-политика.
15. Эмоционализация как составляющая коммуникативного воздействия.
16. Имиджи политика.
17. Формат в создании выгодных контекстов.
18. Законы сочетания имиджей.
19. Вербализация как компонент имиджевой коммуникации.
20. Особенности имиджа женщины-политика.
21. Технология отбора информации в сфере имиджевой коммуникации.
22. Имидж организации.