

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**
(Финансовый университет)
Уральский филиал Финуниверситета

Кафедра «Социально-гуманитарные и естественно-научные дисциплины»

ПРИЛОЖЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**ИМИДЖМЕЙКИНГ И ТЕХНОЛОГИИ
УПРАВЛЕНИЯ РЕПУТАЦИЕЙ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ**

Год утверждения программы: 2025

Разработчики рабочей программы дисциплины:

И. В. Еременко

Составитель актуализации: к.п.н, доцент О.В. Перезовова

для студентов, обучающихся по направлению подготовки
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,
профиль «Интегрированные коммуникации»

заочная форма обучения

*Одобрено кафедрой «Социально-гуманитарные и естественно-научные
дисциплины» протокол № 10 от 26 мая 2026 г.*

Челябинск, 2026

СОДЕРЖАНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ

1. Наименование дисциплины	3
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся	3
5.2 Учебно-тематический план	3
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	5
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	5
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	6
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем	6
12. Описание материально технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	7

1. Наименование дисциплины

Имиджмейкинг и технологии управления репутацией в социальных сетях.

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

- заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего (в з. е. и часах)	Семестр 8
Общая трудоемкость дисциплины	3/108	3/108
Аудиторные занятия	16	16
Лекции	8	8
Практические и семинарские занятия, в том числе занятия в интерактивных формах	8	8
Самостоятельная работа	92	92
Текущий контроль	контрольная работа	
Вид промежуточной аттестации	зачет	

5.2. Учебно-тематический план

- заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем дисциплины	Трудоемкость в часах					Формы текущего контроля успеваемости
		Всего	Контактная работа - Аудиторная работа			Самостоя тельная работа	
			Общая, в т.ч.:	Лекции	Семинар ы, практичес кие занятия		
1	Имиджелогия: сущность и специфика. Теоретические основания имиджа и закономерности формирования имиджа	11	1	1	-	10	Дискуссия, письменная работа, ролевая игра, кейс- стади, собеседован ие, тесты
2	Технологии построения имиджа	11	1	1	-	10	Дискуссия, письменная работа, ролевая игра, кейс- стади,

							собеседован ие, тесты
3	Создание вербального, визуального и кинетического имиджа	12	2	1	1	10	Дискуссия, письменная работа, ролевая игра, кейс- стади, собеседован ие, тесты
4	Политическая имиджелогия. Типы имиджей в различных областях человеческой деятельности.	12	2	1	1	10	Дискуссия, письменная работа, ролевая игра, кейс- стади, собеседован ие, тесты
5	Технологии построения имиджа политического лидера.	12	2	1	1	10	Дискуссия, письменная работа, ролевая игра, кейс- стади, собеседован ие, тесты
6	Имидж и репутация политических институтов	12	2	1	1	10	Дискуссия, письменная работа, ролевая игра, кейс- стади, собеседован ие, тесты
7	Имидж государства. Проблемы формирования имиджа России.	12	2	1	1	10	Дискуссия, письменная работа, ролевая игра, кейс- стади, собеседован ие, тесты
8	Территориальный имидж. Имидж российских регионов	12	2	1	1	10	Дискуссия, письменная работа, ролевая игра, кейс- стади, собеседован ие, тесты
9	Защита деловой репутации и	14	2	-	2	12	Дискуссия, письменная

	корпоративного имиджа.						работа, ролевая игра, кейс-стади, собеседование, тесты
	В целом по дисциплине	108	16	8	8	92	Согласно учебному плану: контрольная работа

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература:

1. Семенова, Л. М. Имиджмейкинг : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 142 с. — (Высшее образование). — URL: <https://urait.ru/bcode/572252>.
2. Аржанова, К. А., Создание презентационного лендинга для цифрового продукта : учебное пособие / К. А. Аржанова, Л. Г. Ахмаева, А. И. Еремеева. — Москва : Русайнс, 2025. — 207 с. — URL: <https://book.ru/book/959126>.

Дополнительная литература:

3. Цифровой маркетинг : учебник / Д. В. Загулова, О. В. Гончарова, Н. Н. Грибок [и др.] ; под ред. Д. В. Загуловой, А. В. Аверина. — Москва : КноРус, 2024. — 485 с. — URL: <https://book.ru/book/951960>.

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Российская государственная библиотека <http://www.rsl.ru/>.
2. Российская национальная библиотека <http://www.nlr.ru:8101/>.
3. Библиотека Российской Академии наук <http://www.rasl.ru/>.
4. Официальный сайт профессиональной корпорации психологов России <http://рпо.рф>.
5. Российская государственная библиотека <http://www.rsl.ru/>.
6. Российская национальная библиотека <http://www.nlr.ru:8101/>.
7. Библиотека Российской Академии наук <http://www.rasl.ru/>.
8. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>.
9. Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>.
10. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>.
11. Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znaniy.com>.
12. Образовательная платформа издательства «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>.
13. Электронно-библиотечная система издательства Проспект

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Изучение дисциплины «Имиджмейкинг и технологии управления репутацией в социальных сетях»:

- 1) предполагает овладение материалами курса на основе активной работы студентов на лекциях, в ходе проведения семинарских занятий, а также выполнение тестовых заданий и заданий для самостоятельной работы, решение ситуационных задач;
- 2) базируется на знании теоретических основ микроэкономики и макроэкономики, учебной, энциклопедической и научной литературы.

Дисциплина «Имиджмейкинг и технологии управления репутацией в социальных сетях» дает студентам комплексное представление о современных концепциях имиджмейкинга и технологиях управления репутацией в социальных сетях.

На лекциях объясняются наиболее сложные аспекты рассматриваемых тем, обсуждаются проблемы применения положений теории и нормативных правовых актов на практике, приводятся примеры, иллюстрирующие отдельные аспекты изучаемых вопросов, из зарубежного и отечественного опыта. Материалы лекций, рекомендуемое учебно-методическое обеспечение по темам служат основой для подготовки студентов к семинарским занятиям.

На *семинарских занятиях* обсуждаются основные вопросы изучаемой дисциплины, при этом студенты должны четко формулировать свой ответ, используя профессиональную терминологию, аргументировать свою позицию при анализе современных проблем, изучаемых тем. Основной целью семинарских занятий является контроль за степенью усвоения пройденного материала, формируемыми компетенциями, ходом выполнения студентами заданий для самостоятельной работы.

Для успешной подготовки к семинарским занятиям студенты должны использовать материалы лекций, а также учебную, энциклопедическую и научную литературу, нормативные правовые акты, рекомендуемые к изучению в рабочей программе дисциплины.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем

Комплект лицензионного программного обеспечения:

1. Антивирусная защита Kaspersky Endpoint Security;
2. Astra Linux Common Edition, Windows;
3. LibreOffice, Microsoft Office.

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Информационно-справочные и поисковые системы «Консультант Плюс», «Гарант».
2. База данных экономических индикаторов Всемирного Банка.
3. Статистическая база данных Росстата, Федерального казначейства, Международного валютного фонда World Economic Outlook Database, IMF International Financial Statistics.
4. Электронная библиотека Social Science Research Network, eLIBRARY.ru, BOOK.ru, Znanium.com.
5. База научных статей Национального бюро экономических исследований (NBER).
6. Электронная база Российской государственной библиотеки (РГБ) и Финансового университета.

12. Описание материально технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Образовательный процесс по дисциплине «Имиджмейкинг и технологии управления репутацией в социальных сетях» осуществляется в учебных аудиториях, оборудованных системами дистанционного проектирования и техническим средствами обучения, требует доступа к ресурсам Библиотечно-информационного комплекса Финансового университета, другим полнотекстовым электронным библиотекам и электронным коллекциям (BOOK.ru, Znanium.com, eLIBRARY.ru и др.), Интернет-ресурсам.