



Основная профессиональная образовательная программа
38.03.01 Экономика
(Экономика предприятий и организаций)

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ИВАНОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра менеджмента

ОДОБРЕНО:

Руководитель ОП

(подпись) Н. В. Балабанова

« 30 » августа 2025 г.

Рабочая программа дисциплины

Формирование имиджа компании

Уровень высшего образования:	бакалавриат
Квалификация выпускника:	бакалавр
Направление подготовки:	38.03.01 Экономика
Направленность (профиль) образовательной программы:	Экономика предприятий и организаций



Основная профессиональная образовательная программа
38.03.01 Экономика
(Экономика предприятий и организаций)

1. Цели освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины — обучить студентов основам формирования имиджа компании; выработать у студентов навыки оценки и управления имиджем компании.

В соответствии с поставленными целями решаются следующие задачи:

- представление бакалаврам современной теории имиджа и приобщение их к творческому ее использованию в управлении корпорацией;
- изучение организации и техники осуществления деятельности по оценке и управлению имиджем;
- приобретение знаний об особенностях корпоративного имиджа, его структуре и видах;
- овладение бакалаврами методов и приемов управления имиджем и получение стратегического преимущества.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Формирование имиджа компании» является дисциплиной по выбору и включена в часть дисциплин, формируемую участниками образовательных отношений, блока Б1.В «Дисциплины» учебного плана.

Изучение дисциплины «Формирование имиджа организации» базируется на знаниях и умениях, полученных при освоении программы средней общеобразовательной школы и дисциплинах «Теория организации», «Менеджмент», «Психология управления».

Для освоения данной дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- историю становления мировой рыночной экономики;
- основные экономические понятия и категории;
- методы социологических исследований;

Уметь:

- логически мыслить;
- работать в первоисточниках;

Иметь практический опыт/Иметь навыки:

- метода поиска вторичной информации;
- метода сбора первичной информации (опрос, наблюдение, эксперимент).

Компетенции, полученные в ходе изучения данной дисциплины, необходимы для изучения дисциплин «Маркетинг», «Организационная культура», «Управленческие решения», а также для прохождения учебной практики, ознакомительной.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

3.1. Компетенции, формированию которых способствует дисциплина

При освоении дисциплины формируются следующие компетенции в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

а) универсальные (УК):

УК-2 — способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;

УК-6 — способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни;

УК-10 — способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.

б) общепрофессиональные (ОПК): —

в) профессиональные (ПК): —



Основная профессиональная образовательная программа
38.03.01 Экономика
(Экономика предприятий и организаций)

3.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения формируемых компетенций

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- теоретические основы создания позитивного имиджа корпорации (УК-10);
- основные составляющие общего имиджа корпорации (УК-2);
- основные субъекты, на которых направлены мероприятия по созданию позитивного имиджа (УК-10);

— методы оценки уровня имиджа (УК-2)

Уметь:

- выделить факторы, формирующие имидж конкретного предприятия (УК-2);
- оценить значимость каждого фактора с применением экспертных оценок (УК-10);
- сравнить уровень имиджа предприятия при использовании различных методик его расчета (УК-2)

Иметь практический опыт/Иметь навыки:

- методами оценки имиджа корпорации (УК-6);
- методами маркетинговых исследований в сфере имиджа (опрос, наблюдение и т. д.) (УК-2);
- интегрировать отдельные показатели имиджа в обобщающий показатель уровня имиджа предприятия (УК-10).

4. Объем и содержание дисциплины

Объем дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 академических часа),

4.1. Содержание дисциплины по разделам (темам), соотнесенное с видами и трудоемкостью занятий лекционно-семинарского типа

Объем иной контактной работы и самостоятельной работы обучающегося по дисциплине указан в учебном плане образовательной программы.

№ п/п	Разделы (темы) дисциплины	Семестр	Виды занятий, их объем (в ак. часах, по очной форме обучения)		Формы текущего контроля успеваемости (по очной форме обучения)
			Занятия лекционног о типа	Занятия семинарского типа	Формы промежуточной аттестации
Раздел I. Имидж: сущность, основные понятия, классификация					
1	Сущность и основные понятия имиджа Введение в проблематику дисциплины, представление рабочей программы, осмысление требований к организации процесса обучения, самостоятельной работы и форм аттестации	2	2	1	Входной тест Устные ответы по вопросам занятия Входная диагностика: тест с последующим обсуждением результатов. Список вопросов, интересующих студента по содержанию дисциплины (сдается в письменном виде)
2	Классификация имиджа	2	2	1	Устные ответы по вопросам занятия Тест по разделу
Раздел II. Основные составляющие и методы оценки имиджа компании					
3	Внешний имидж и его составляющие	2	2	2	Устные ответы по вопросам занятия
4	Внутренний имидж и его	2	2	2	Устные ответы по вопросам



Основная профессиональная образовательная программа
38.03.01 Экономика
(Экономика предприятий и организаций)

	составляющие				занятия Проверка выполнения домашнего задания
5	Методики оценки внешнего и внутреннего имиджа	2	2	4	Устные ответы по вопросам занятия Проверка выполнения домашнего задания
6	Влияние на имидж вида деятельности (отрасль)	2	2	2	Устные ответы по вопросам занятия Проверка выполнения домашнего задания
Раздел III. Управление различными аспектами имиджа					
7	Управление имиджем у потребителей	2	2	2	Устные ответы по вопросам занятия Проверка выполнения домашнего задания
8	Управление имиджем у конкурентов	2	2	2	Устные ответы по вопросам занятия Проверка выполнения домашнего задания
9	Управление имиджем у государства и общественности Подведение и анализ промежуточных результатов освоения дисциплины	2	2	2	Устные ответы по вопросам занятия Проверка выполнения домашнего задания
Итого по дисциплине:			18	18	Зачет

4.2. Развернутое описание содержания дисциплины по разделам (темам)

Раздел I. Имидж: сущность, основные понятия, классификация

Тема 1. Сущность и основные понятия имиджа

Введение в дисциплину, определение уровня входных знаний, постановка требований к организации процесса обучения и самостоятельной работе. Рассмотрение основных понятий и категорий сферы управления имиджа.

Тема 2. Классификация имиджа

Классификация и историческое развитие управления имиджем как науки и сферы практической деятельности.

Раздел II. Основные составляющие и методы оценки имиджа компании

Тема 3. Внешний имидж и его составляющие

Рассматриваются основные факторы определяющие внешний имидж предприятия: фирменный стиль, окружающая среда, униформа персонала, стиль общения, руководитель.

Тема 4. Внутренний имидж и его составляющие

Рассматриваются факторы внутреннего имиджа предприятия, основные ценности компании, характер отношений руководитель — подчиненный, организационная культура.

Тема 5. Методики оценки внешнего и внутреннего имиджа

Рассматриваются имеющиеся в литературе методические подходы к оценке имиджа предприятия. Основное внимание уделяется проблеме интеграции показателей внешнего и внутреннего имиджа в единый сводный показатель.

Тема 6. Влияние на имидж вида деятельности (отрасль)

Рассматриваются особенности формирования имиджа в отдельных отраслях экономики:

- а) материальное производства; б) материальные услуги (торговля, транспорт и т. д.;
- в) нематериальные услуги (просвещение, здравоохранение, культура).

Раздел III. Управление различными аспектами имиджа



Основная профессиональная образовательная программа
38.03.01 Экономика
(Экономика предприятий и организаций)

Тема 7. Управление имиджем у потребителей

Рассматриваются факторы формирующие имидж предприятия у основной контактной группы — потребителей. Предлагаются и оцениваются основные управленческие решения повышающие имидж предприятия в глазах потребителей

Тема 8. Управление имиджем у конкурентов

Проводится классификация типов конкурентов предприятия. Определяются особенности оценки имиджа в глазах каждого вида конкурентов. Предлагаются и оцениваются управленческие решения в области имиджа, воздействующие на различные типы конкурентов.

Тема 9. Управление имиджем у государства и общественности

Рассматриваются возможные виды государственных и общественных организаций, для которых важен положительный имидж предприятия. Оцениваются возможные пути улучшения этого имиджа.

Подведение и анализ промежуточных результатов освоения дисциплины в целом.

5. Образовательные технологии

Учебный процесс по дисциплине «Формирование имиджа компании» основан на использовании следующих образовательных технологий:

1. Технология проблемного обучения – основные темы курса на лекционных и практических занятиях раскрываются через постановку и последующее разрешение проблемы в области ключевых положений и законов организации.

2. Технология учебной дискуссии, используемая как на лекции при разборе наиболее проблемных моментов, так и на практических занятиях.

3. Технология тестового контроля качества образования – по завершении теоретического обучения выполняется итоговый тест по дисциплине.

4. Рейтинговая технология контроля качества образования - итоговая оценка по дисциплине определяется величиной рейтинга, в котором отражается работа в течение семестра и ответы на экзамене.

5. Технология смешанного обучения как информационная технология, используемая при осуществлении образовательного процесса.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Изучение дисциплины «Формирование имиджа компании» в значительной степени базируется на самостоятельной работе студентов.

В качестве учебно-методического обеспечения самостоятельной работы студентов по дисциплине выступают:

— вопросы для самостоятельного контроля знаний студентов, позволяющие закрепить знания, полученные на лекциях, практических занятиях;

— планы и методические рекомендации к практическим занятиям, выполнение которых в основном ориентировано на выработку необходимых умений и навыков;

— методические указания по выполнению итогового контрольного задания.

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов размещено в ЭИОС «Мой университет».

Полностью весь методический материал по обеспечению самостоятельной работы студентов приводится в Приложении 1 к рабочей программе.

7. Характеристика оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Система контроля включает: входной, текущий контроль и промежуточный контроль по дисциплине.



Основная профессиональная образовательная программа
38.03.01 Экономика
(Экономика предприятий и организаций)

Входной контроль осуществляется в форме тестирования.

Текущий контроль осуществляется в следующих формах: оценка устных выступлений, оценка выполненных практических заданий, тесты по дисциплине.

Объектами оценивания выступают:

- активность на занятиях, уровень выполнения различных видов заданий;
- посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине;
- степень усвоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- результаты самостоятельной работы.

Промежуточный контроль осуществляется в форме зачета.

Текущий контроль и промежуточный контроль по дисциплине тесно связаны между собой системой рейтинговой оценки.

Оценка в семестре дается по 100-балльной шкале. Максимальное количество баллов, получаемых за работу в семестре – 50.

Оценка за работу в семестре, завершающимся зачетом, осуществляется по следующим направлениям:

- 1) Посещаемость – до 20 баллов.
- 2) Активность на занятиях – до 20 баллов.
- 3) Выполнение итогового контрольного задания – до 15 баллов.
- 4) Итоговый тест по дисциплине – до 15 баллов.

«Зачтено» получают студенты, набравшие 50 баллов и более, «не зачтено» – менее 50 баллов. Студенты, набравшие в течении семестра 50 баллов и более от итогового испытания на зачете освобождаются. Оценка знаний в ходе итогового испытания на зачете дается на основании устных ответов на теоретические вопросы.

Типовые варианты тестовых заданий, контрольных вопросов, практических заданий, вопросы к зачету представлены в фонде оценочных средств (Приложение 2).

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература

1. Матвеев А. Е. Роль PR-акций в формировании имиджа. М.: Лаборатория книги, 2022. Объем: 127. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=142361&sr=1
2. Скалацкая О. Г. PR-технологии в формировании имиджа компании как работодателя. М.: Лаборатория книги, 2010. Объем: 114. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=97362&sr=1
3. Стадников Ю. П. Проблемы формирования репутации. М.: Лаборатория книги, 2019. Объем: 90. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=141536&sr=1

Дополнительная литература

1. Куликов М. Д. Исследование и формирование имиджа товарной марки. М.: Лаборатория книги, 2021. Объем: 106. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=87036&sr=1
2. Савруцкая Е. П. Связи с общественностью: Вводный курс: учебное пособие. М.: Директ-Медиа, 2014. Объем: 239. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=236119&sr=1
3. Шайхисламов Р. Б. Связи с общественностью : управление социокультурными коммуникациями: научное издание. Уфа: Уфимский государственный университет экономики и сервиса, 2019. Объем: 139. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=445141&sr=1

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Система электронной поддержки образовательного процесса «Мой университет» <https://uni.ivanovo.ac.ru;>



Основная профессиональная образовательная программа
38.03.01 Экономика
(Экономика предприятий и организаций)

2. БИГ-Петербург. Публикации по менеджменту. <http://www.big.spb.ru>
3. Электронная библиотека Grebennikon. <http://www.grebennikon.ru>
4. HR-Portal. Организационная и корпоративная культура. <http://www.hr-portal.ru/pages/okk/kp.php>

Система электронной поддержки образовательного процесса «Мой университет»
<https://uni.ivanovo.ac.ru>

Электронные образовательные ресурсы и профессиональные базы данных

1. Электронная библиотека Ивановского государственного университета:

<http://lib.ivanovo.ac.ru/index.php/polnotekstovye-resursy/elibnew>

2. Электронно-библиотечная система "Университетская библиотека онлайн»

<http://lib.ivanovo.ac.ru/index.php/polnotekstovye-resursy/ebs-universitetskaya-biblioteka>

3. «Сетевая электронная библиотека» (СЭБ) на базе ЭБС «ЛАНЬ»:

<http://lib.ivanovo.ac.ru/index.php/polnotekstovye-resursy/seb-lan>

Информационно-справочные системы:

СПС КонсультантПлюс

Программное обеспечение:

операционная система Microsoft Windows, Internet Explorer, Microsoft Defender, Adobe Acrobat Reader, Moodle.

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории:

— для проведения занятий лекционного типа с комплектом специализированной учебной мебели и техническими средствами обучения, служащими для предоставления учебной информации большой аудитории;

— для проведения занятий семинарского типа, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации с комплектом специализированной учебной мебели и техническими средствами обучения.

Помещение для самостоятельной работы, оснащенное комплектом специализированной учебной мебели, компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в ЭИОС.

Демонстрационное оборудование: ноутбук, проектор, экран. Учебно-наглядные пособия в виде презентаций для занятий лекционного типа, обеспечивающие тематические иллюстрации.



Основная профессиональная образовательная программа
38.03.01 Экономика
(Экономика предприятий и организаций)

Автор рабочей программы дисциплины: *доцент кафедры менеджмента, кандидат экономических наук, доцент Савин Валентин Эдуардович*

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры *менеджмента*
«_29_» __августа__ 2025_г., протокол № _1_

Программа обновлена
протокол заседания кафедры № _____ от «_____» _____ 20__ г.
Согласовано:
Руководитель ОП _____ Н. В. Балабанова
(подпись)

Программа обновлена
протокол заседания кафедры № _____ от «_____» _____ 20__ г.
Согласовано:
Руководитель ОП _____ И.О. Фамилия
(подпись)

Программа обновлена
протокол заседания кафедры № _____ от «_____» _____ 20__ г.
Согласовано:
Руководитель ОП _____ И.О. Фамилия
(подпись)