Екатеринбургский институт физической культуры (филиал)
Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования
«Уральский государственный университет физической культуры»
Кафедра Теории и методики физической культуры

Салимов Марат Ильдусович
cn=Салимов Марат Ильдусович,
o=Екатеринбургский институт
физической культуры (филиал)
ФГБОУ ВО "УралГУФК",
ou=Зам.директора по УР,
email=salimov@sport-ural.ru, c=RU
2025.09.17 09:25:40 +05'00'

УТВЕРЖДАЮ
Заместитель директора по учебной работе
_____М. И. Салимов

«30» января 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

# «ИМИДЖЕВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНО-СПОРТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

**Направление подготовки** 49.03.01 Физическая культура

**Форма обучения** очная, с применением дистанционных образовательных технологий

**Объем программы-**8 часов

Екатеринбург 2025

**Лист согласования**

Рабочая программа дисциплины (модуля) *«Имиджевые технологии в профессионально-спортивной деятельности»* составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 49.03.01- Физическая культура.

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры ТиМ ФК протокол № 5 от «13» января 2025 г.

Утверждена на методическом совете Екатеринбургского института физической культуры (филиал) ФГБОУ ВО «Урал ГУФК» протокол № 5 от «30» января 2025 г.

Заведующий кафедрой . И. В. Тарасевич

Согласовано:
Декан ФПК и ППК М.В. Светлакова

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций (согласно ФГОС ВО 3++, ПООП, профессиональным стандартам, РУП по направлению подготовки):

| код компе-тен-ции | Наименование компетенции | Степень реализации компетенции (полностью или частично) | Индикаторы достижения компетенции | Профессиональный стандарт, код трудовой функции, содержание трудовой функции (при наличии). /Область, сфера, типы задач, задачи, объекты профессиональной деятельности выпускников |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | **4** | 5 |
| ОПК-10 | Способен организовать совместную деятельность и взаимодействие участников деятельности в области физической культуры и спорта | Способен организовать совместную деятельность и взаимодействие участников деятельности в области физической культуры и спорта | **Знать**<br>***Пороговый уровень***<br>- основные понятия в деятельности по формированию и поддержанию имиджа;<br>- теоретические основы деятельности имиджмейкера и ее особенности в сфере ФКиС;<br>- элементарные приемы и методы планирования имиджа и деятельности по его поддержанию на уровне тренера.<br>***Высокий уровень***<br>- теоретические основы создания и поддержания имиджа на уровне тренера и организации в сфере ФКиС;<br>- средства целенаправленной деятельности по практической реализации идей имиджа в сфере ФКиС;<br>- содержание деятельности имиджмейкера в сфере ФКиС;<br>- приемы и методы планирования имиджевой деятельности на уровне тренера и тренера-инструктора.<br>***Повышенный уровень***<br>- основные понятия в области имиджевой деятельности; | **Тип профессиональной задачи – организационно-управленческая.**<br><br>**05 ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ**<br>**Профессиональный стандарт "Тренер"**<br>**УТВЕРЖДЕН**<br>**приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 7 апреля 2014 № 193н «Тренер»**<br><br>**Код 05.003**<br>Проведение со спортсменами тренировочных мероприятий и осуществление руководства состязательной деятельностью спортсменов для достижения спортивных результатов<br><br>**Анализ потребностей рынка труда**<br>1. Подготовка спортсменов.<br>2. Дополнительное образование детей. |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | - теоретические основы имиджевой деятельности и ее особенности в сфере ФКиС;<br>- приемы и методы планирования имиджевой деятельности в сфере ФКиС на уровне тренера, руководителя, организации.<br><br>**Уметь**<br>***Пороговый уровень***<br>- использовать средства имиджевой деятельности на уровне специалистов физкультурно-спортивных организаций;<br>- выделять средства, формы и методы создания и поддержания имиджа в СФКиС;<br>- определять целевую аудиторию для определения имиджевых составляющих в области избранного вида спорта.<br>***Высокий уровень***<br>- осуществлять самоанализ профессиональных и личностных качеств как субъекта взаимодействия на основе рефлексии;<br>- проектировать имиджевые технологии взаимодействия с участниками в СФКиС;<br>- корректировать имиджевые характеристики на основе оценки эффективности/результативности взаимодействия с потребителями услуг в СФКиС;<br>***Повышенный уровень***<br>- выявлять тенденции развития избранного вида спорта на рынке физкультурно-оздоровительных услуг;<br>- определять формы и методы обогащения и корректировки имиджа специалистов организаций в СФКиС;<br><br>**Имеет опыт:**<br>***Пороговый уровень***<br>- взаимодействия с участниками образовательного | 3. Основное общее и среднее (полное) общее образование.<br>4. Среднее профессиональное образование.<br>5. Высшее профессиональное образование.<br>6. Прочая деятельность в области спорта.<br>7. Физкультурно-оздоровительная деятельность. |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | и тренеровочного процессов;<br>- применения профессиональной терминологии в области имиджевой деятельности;<br>***Высокий уровень***<br>**-** организации взаимодействия с социальными партнерами;<br>- участия в массовых физкультурно-спортивных мероприятиях;<br>- изучения практики и проведения исследований на предмет имиджевых предпочтений клиентов в СФКиС;<br>***Повышенный уровень***<br>- целенаправленной работы над собой и саморазвитию профессиональных компетенций, обеспечивающих готовность к взаимодействию;<br>- толерантной работы с различными группами населения в СФКиС;<br>- разработки концепций развития отдельных направлений сферы ФКиС. | |

## 2. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

| Вид учебной работы | Трудоемкость |
|---|---|
| Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен) | устный опрос |
| **Контактная работа** (контакт. часы), в том числе: | 6 |
| Лекции (Лек) | 4 |
| Практические занятия (Пр) | 2 |
| Семинары | 2 |

## 3. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 3.1. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ

| № п/п | Наименование раздела дисциплины. Темы занятий | Содержание и формы занятий | Контактная работа (часы) | Самостоя-тельная работа (часы) |
|---|---|---|---|---|
| **Раздел 1. Имиджелогия: содержание и основные понятия** | | | 6 | 2 |
| 1.1. | Введение в имиджелогию. | ***Лекции***<br>Имидж как научное понятие. Содержание понятий *имидж, имиджелогия, имиджмейкер.*<br>Направления имиджелогии:<br>• педагогическая имиджелогия,<br>• политическая имиджелогия,<br>• профессиональная имиджелогия,<br>• управленческая имиджелогия,<br>• корпоративная имиджелогия,<br>• юридическая имиджелогия (по сферам юридической деятельности),<br>• медицинская имиджелогия (здесь вычленяются уже такие темы, как "имидж менеджера здравоохранения", "клинические аспекты формирования имиджа"),<br>• иные области деятельности (изучение имиджа искусства, имидж социальной службы и т. п.).<br>Содержание имиджа организаций СФКиС.<br>***Практическая работа:***<br>- определение составляющих имиджа организаций СФКиС;<br>- содержание методологического мышления.<br>Выделяют две важные характеристики имиджа – целенаправленность и стихийное возникновение. Предложите возможные варианты воздействия на данные характеристики на этапе формирования имиджа. Раскройте данные характеристики на конкретных примерах.<br><br>***Самостоятельная работа*:**<br>- разработать направления работы над имиджем тренера. | 2<br><br>2 | 2 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | С чего начать формирование имиджа. Имидж всегда придумываем сами, затем делаем его доступным и привлекательным для социума (аудитории и пр.). Попытайтесь начать работу по формированию собственного имиджа, т.е. сделать это в отношении себя как тренера. | | |
| 1.2. | Имиджевые технологии и их разнообразие. | ***Лекции***<br>Имидж объекта (человека, предмета, услуги, явления). Имидж-стратегия. Имидж политической власти. Имидж корпорации. Имидж семьи. Имидж телеведущего.<br>Имидж: аргументы и политика.<br>Информационные источники для имиджмейкера (государствоведческий маркетинг, условия профессиональной полезности и др.). Человековедческие технологии.<br>Имиджевые технологии:<br>- позиционирование;<br>- манипулирование (два уровня воздействия: легенда или миф и скрытый уровень воздействия);<br>- мифологизация;<br>- эмоционализация (конкретизация, сопереживание, заимствование чужих эмоций);<br>- и др. | 2 | |

### 3.2. Темы занятий с применением интерактивных технологий

| Тема занятий | Интерактивные формы проведения занятий | Трудоемкость (час) |
|---|---|---|
| Имиджевые технологии и их разнообразие | Лекция + практическое занятие с демонстрациями по ходу лекции | 0,25 |
| Гуманитарная направленность деятельности имиджмейкера | Лекция с использованием мультимедийного сопровождения | 0,25 |
| Факторы конкуренции организации | Дискуссия по ходу лекции | 0,25 |
| Этапы развития организации и соответствующие имиджевые технологии | Групповая дискуссия и мозговой штурм | 0,25 |
| Менеджмента знаний | Лекции с использованием мультимедийного сопровождения | 0,25 |

## 5. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СЛУШАТЕЛЕЙ

Самостоятельная работа организуется с целью формирования общепрофессиональной компетенции ОПК-10 (предусмотренной данной программой), понимаемой как готовность применять знания, умения, навыки, опыт и личностные качества в профессиональной деятельности.

**Основные формы организации СР:**

1. Аудиторная СР под методическим руководством преподавателя на практических занятиях.

2. Внеаудиторная СР под методическим руководством и контролем преподавателя, но без его непосредственного участия при подготовке к аудиторным занятиям, текущим и промежуточным формам контроля.

**Виды СР обучающихся:**

Методические рекомендации студентам по изучению рекомендованной литературы. Изучение дисциплины следует начинать с проработки настоящей рабочей программы, особое внимание, уделяя целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации студенты могут воспользоваться электронной библиотекой ВУЗа, они имеют возможность получить доступ к учебно-методическим материалам как библиотеки ВУЗа, так и иных электронных библиотечных систем. В свою очередь, студенты могут взять на дом необходимую литературу на абонементе вузовской библиотеки, а также воспользоваться читальными залами вуза.

Практическое занятие ориентировано на выполнение практико-ориентированных практических работ. Практическое занятие проводится под руководством преподавателя и направленно на углубление научно-теоретических знаний и овладение определенными методами самостоятельной работы. В процессе таких занятий вырабатываются практические умения и навыки.

Подготовка к промежуточному контролю по дисциплине.

**Раздел 1. Имиджелогия: содержание и основные понятия**

***Тема 1.1. Введение в имиджелогию***

**Содержание**

***Выполнение практических работ***

1(1). Гармонизация отношений с социумом в деятельности организации СФКиС.

2(1). Имидж и другие составляющие престижа организации.

***Творческие задания***

Раскройте содержание имиджа организации в СФКиС.

***Вопросы для закрепления теоретического материала***

1. Имидж в создании привлекательного облика.
2. Привлекательность и шарм: эффект взгляда. Приведите примеры из СФКиС.
3. Технологии обеспечения привлекательности и их специфика в СФКиС.
4. Создание индивидуального образа, стиля. Предложите свои рекомендации.

**Форма отчетности**

Выполнение практических работ. Составление конспектов – ответов на вопросы по теме.

***Тема 1.2. Имиджевые технологии и их разнообразие.***

**Содержание**

***Выполнение практических работ по выбору студентов***

3(1). Теоретические аспекты технологии имиджа: понятия, общая характеристика и задачи.

4(1). Междисциплинарные характеристики технологии имиджа.

5(1). Целевые установки в формировании имиджа.

***Творческие задания***

Эволюция теории имиджа в развитии предпринимательского поведения организации в СФКиС..

***Вопросы для закрепления теоретического материала***

1. Особенности формирования имиджа организации, физкультурно-оздоровительной услуги, тренера, руководителя в СФКиС.
2. Ориентация на клиента в создании имиджа.

**Форма отчетности**

Выполнение практических работ (1-2 работы на выбор). Составление микроконспектов по контрольным вопросам.

**Раздел 2. Имиджмейкер в сфере ФКи С**

***Тема 2.1. Гуманитарная направленность деятельности имиджмейкера***

**Содержание**

***Выполнение практических работ***

1(2). Принципы разработки имиджа.

2(2). «Эффект ореола» в управлении имиджем организации.

| |
|---|
| 3(2). Бизнес-иллюзии как результат «эффекта ореола».<br>***Творческие задания***<br>1. Гуманитарная направленность деятельности имиджмейкера: содержание и назначение.<br>2. Деятельность имиджмейкера: функциональные обязанности.<br>3. Компетенции имиджмейкера: ваш вариант личностных и профессиональных характеристик. |
| **Форма отчетности**<br>Выполнение практических работ (1-2 работы на выбор). |
| ***Тема 2.2. Имиджмейкинг и имиджирование*** |
| **Содержание**<br>***Выполнение практических работ***<br>4(2). Имиджирование как средство решения личностных проблем.<br>5(2). Имиджирование в развитии коммуникативной культуры.<br>6(2). Имиджирование в карьере.<br>7(2). Позиционирование услуги в СФКиС.<br>***Творческие задания***<br>Имиджирование – это деятельность. Любая деятельность имеет свою структуру: цель, содержание, инструменты/средства, результат. Рассмотрите имиджирование по предложенной структур. Какие рекомендации можно предложить по совершенствованию данного вида деятельности. |
| **Форма отчетности**<br>Выполнение практических работ (1-2 работы на выбор).<br>Словарный диктант. |
| **Раздел 3. Имидж как конкурентное преимущество**<br>***Тема 3.1. Факторы конкуренции организации*** |
| **Содержание**<br>***Выполнение практических работ***<br>1(3). Соотношение понятий *престиж, имидж, статус, репутация*: сходство и различие.<br>2(3). Имидж-престиж-конкуренция (дискуссия на тему: «Имидж – это большие деньги!» или «Имидж – это больше, чем деньги»?<br>***Творческие задания***<br>Факторами конкуренции организации выступают: нормативный, организационный, технический/технологический и экономический. В соответствующей литературе найдите описание этих факторов, подготовьте конспект. Соотнесите содержание данных факторов с имиджем тренера, тренера-инструктора, спортивной и/или физкультурно-оздоровительной услуги и организации с СФКиС. Предложите программу обеспечения конкурентоспособности чего-либо в СФКиС в условиях учета рассмотренных факторов при создании имиджа. |

## 6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### Практическая работа 1.

***Задание 1.*** Приведите примеры «духовного производства» в деятельности людей разных профессий, используя сведения средств массовой информации или собственные жизненные наблюдения.

***Задание 2***. Сформулируйте положения, отражающие участие менеджера в развитии социокультурной среды. (Может быть, у вас получатся заповеди и/или социальный кодекс менеджера.)

***Задание 3.*** Выделите характерные черты, присущие менеджеру СФКиС, отличающие его от других профессий. Какие качества и способности такой менеджер должен развивать в первую очередь (например, организаторские, коммуникативные, творческие и т. п.)? Обоснуйте свой ответ.

***Задание 4.*** Составьте сравнительную таблицу, в которой укажите отличительные особенности и общие черты социокультурного менеджера и менеджеров других профессиональных отраслей (например, менеджер по продажам, менеджер по связям с общественностью, менеджер по логистике и т.п.). Особо отметьте риски, с которыми сталкивается менеджер социокультурной отрасли и какую ответственность он несет за свои действия по сравнению с другими рассмотренными в таблице типами менеджеров.

***Задание 5.*** Менеджер по связям с общественностью так или иначе представляет и социально-культурную сферу. Насколько привлекательна для вас как для будущего специалиста социально-культурная деятельность? Какие вы можете выделить в себе способности и характеристики, необходимые для того, чтобы стать менеджером социокультурной сферы?

### Практическая работа 2.
### *Этика и культура как составляющие имиджа организации*

***Теория.*** Культура предприятия – совокупность ценностей, норм, идей, традиций, которые подсознательно и сознательно формируют стиль поведения сотрудников. Основными аспектами культуры организации выступают:

- экономический (отношение к прибыли, контролю);
- организационный (стандартизация, формализация, четкое целе-полагание, иерархия);
- технический (инновации, степень риска технологии);
- рыночный (содержание маркетинга, отношение к партнерам, предпочтения клиентов и т. п.);

Проект "этики поведения" менеджеров (Давос, 1973 г.) включает в себя следующие положения:

**А**. Профессиональная задача менеджера – служение клиентам, сотрудникам, инвесторам и обществу, приведение в равновесие противоречащих друг другу результатов.

**Б.** Менеджер должен служить:

- клиентам, удовлетворяя наилучшим образом те потребности, которые обеспечивают честное соревнование фирм, что дает максимальное снижение цены, качество и разнообразие путем реализации достижений научно-технического прогресса;
- сотрудникам, так как только тогда он будет восприниматься ими как руководитель;
- инвесторам, обеспечивать максимальный доход как вознаграждение за риск;
- обществу, способствовать научно-техническому прогрессу, по-мнить об экологии.

**В.** Услуги менеджера клиентам, сотрудникам, инвесторам и обществу возможны только в случае обеспечения долгосрочного существования предприятия.

***Задание 1.*** Проанализируйте сформулированные выше требования к менеджеру. Определите, приемлемы ли данные требования для практической реализации в организациях СФКиС. Что бы вы изменили в содержании рассмотренных требований? Обоснуйте введённые вами изменения.

***Задание 2***. Допишите проект «этика поведения» менеджеров в целях формирования имиджа организации в СФКиС. Обоснуйте свои дополнения.

***Задание 3***. Сформулируйте положения, определяющие назначение культуры организации в СФКиС. Почему необходимо соблюдать этику поведения?

***Задание 4.*** Определите соотношение понятий «культура организации», «этика организации» и «имидж организации».

***Задание 5.*** Раскройте содержание понятия «этика поведения». Предложите концепцию этики поведения для сотрудников организаций СФКиС.

***Задание 6.*** Сформулируйте последствия несоблюдения этических норм поведения для имиджа организации. Приведите примеры последствий такого поведения.

***Задание 7***. Предложите программу профилактики неэтического поведения сотрудников и клиентов организации СФКиС.

## Практическая работа 3.
## *Способы интеграции при формировании имиджа организации*

***Теория.*** При создании имиджа одной из технологий выступает интеграция. Есть точка зрения, что выбор способов интеграции зависит и от среды, в которой действует организация. Один из них состоит в разработке правил и процедур. Данный способ эффективен лишь в условиях относительно устойчивой и прогнозируемой внешней среды. В организациях, действующих в быстроменяющихся условиях, более эффективными являются следующие способы:

а) установление крепких личных связей и взаимоотношений;

б) расширенное использование таких организационных форм, как комитеты, временные рабочие группы, комиссии и совещания между отделами и т.п.

***Задание 1.*** Дополните данный перечень способов интеграции. Соотнесите целесообразность их применения в изменяющихся условиях внешней среды.

***Задание 2***. Определите способы интеграции, учитывающие специфику деятельности организации в СФКиС (различные типы организаций).

***Задание 3***. Определите дополнительные факторы (наряду с факторами внешней среды), которые также влияют на выбор способов интеграции в имиджевых целях.

***Задание 4***. Согласны ли вы, что выбор способов интеграции зависит от среды, в которой организации приходится действовать? Если нет, то почему?

## Практическая работа 4.
## *Процессы интеграции и дифференциации при создании имиджа*

***Теория.*** В практике управления интеграция отражает уровень сотрудничества, достигаемый между частями организации и обеспечивающий выполнение целей в рамках требований, предъявляемых внешним окружением. *Потребность в интеграции изначально создается разделением и взаимозависимостью работ в организации.*

*Дифференциация* означает деление работ между частями или подразделениями организации таким образом, чтобы каждая из этих работ получила определенную степень завершенности в рамках данного подразделения.

***Задание 1***. В справочной литературе найдите три-четыре определения понятия «интеграция». Какое из них вы возьмете себе на вооружение и почему именно это определение?

***Задание 2***. Раскройте содержание понятий «разделение» и «взаимозависимость». Приведите примеры разделения и взаимозависимости работ, которые выступают причинами интеграционных процессов в организации.

***Задание 3***. Конкретизируйте выполнение предыдущего задания в условиях целенаправленной работы по формированию имиджа организации.

***Задание 4***. Приведите примеры дифференциации из практики управления организацией в СФКиС. Поясните, как это работает на имидж тренера, тренера-инструктора и других специалистов и организации в целом.

***Задание 5***. Определите соотношение понятий «интеграция» и «дифференциация».

***Задание 6.*** Сформулируйте положения, раскрывающие ответ на вопрос: что для вас означает интеграция как технология создания имиджа.

## Практическая работа 5.
## *Менеджмент знаний как вид менеджмента*

***Ситуация.*** Менеджмент знаний за последнее время прочно завоевывает свои позиции во всех сферах деятельности. Без него сложно создать развивающуюся организацию, укреплять конкурентные позиции.

***Задание 1.*** Дополните табл. 5, представив по предложенному алгоритму (названия колонок таблицы) содержание менеджмента знаний.

***Задание 2.*** Раскройте содержание менеджмента знаний как фак-тора интеграции:

а) в процессе повышения профессионализма сотрудников;

б) в деятельности по развитию организации.

## Практическая работа 6.
## *Временные рамки стратегического планирования*

***Задание 1.*** Иногда в учебной литературе можно встретить высказывания типа: стратегическое планирование охватывает период в 10-15 лет, имеет отдаленные последствия, влияет на функционирование всей системы управления и основывается на огромных ресурсах. Выскажите свою точку зрения на этот счёт и, если в этом будет необходимость, подкорректируйте её в ходе выполнения второго задания.

***Задание 2.*** Обоснуйте, когда имеет место стратегическое планирование: а) в случае выращивания сосны (около 50 лет); б) в случае перехода упаковки сока от стеклянных банок до бумажных пакетов; в) в случае обновления/дополнения функций мобильного телефона. Приведите примеры, подтверждающие, что период стратегического планирования – это не обязательно 5-10-15 лет.

***Задание 3.*** Сформулируйте задачи, которые решает стратегическое планирование. Конкретизируйте их в отношении предприятий и организаций в сфере рекламы и ПР. Установите, чем обусловлены временные рамки стратегического планирования в данной сфере деятельности.

***Задание 4.*** Попытайтесь представить процесс стратегического планирования в виде схемы. Найдите аналогичные схемы в учебной литературе и сравните со своими наработками. Внесите коррективы.

***Задание 5.*** Сформулируйте положения, позволяющие согласовать деятельность менеджера по внутрифирменному планированию и по стратегическому планированию. Результаты изысканий предлагается представить в виде схемы.

***Задание 6.*** Определите доминирующие положения стратегического планирования в достижении собственных целей и решения задач профессионального становления и дальнейшего профессионального роста. Попытайтесь выявить взаимодействие

**Критерии оценки при выполнении практических работ**

| | |
|---|---|
| 2 балла | Формальное выполнение работы (без связи с собственным опытом и рефлексивного анализа процесса профессионального становления |

| | |
|---|---|
| 3 балла | Практическая работа выполнена с частичной адаптацией к условиям (будущей) практической деятельности. |
| 4 балла | Практическая работа выполнены с выходом на программу самосовершенствования на основе рефлексии. |
| 5 баллов | Выступает в роли рецензента и «соавтора» текста практической работы. (Автора - при актуализации практической работы для избранного вида спорта, своей сферы деятельности в будущем). |

## 6. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ (РЕФЕРАТОВ)

Не предусмотрена

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 7.1. Основная литература


1. Панасюк А. Ю. Формирование имиджа: стратегия, психологии, психотехники / А. Ю. Панасюк. – М.: Омега, 2007
2. Стиль, имидж и организационная культура : учебник // Абчук В. А. – СПб.: Союз, 2002.
3. Психология физической культуры и спорта : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Е. Ловягина [и др.] ; под ред. А. Е. Ловягиной. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 531 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01035-0. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/C11F138C-3B5E-41FF-91B4-132AEAFB2944.


### 7.2. Дополнительные источники:


1. Берд П. Продай себя! Эффективная тактика улучшения вашего имиджа / Пер. с англ. Т. А. Сиваковой. – М.: Амалфея, 1997.
2. Браун Л. Имидж – путь к успеху / Л. Браун. – СПб.: Питер Пресс, 1997. Феофанов О. А. Имидж бизнеса и имидж фирмы // Феофанов О. А. // Реклама: новые технологии в России. – СПб.: Питер, 2001.
3. Известия Академии имиджелогии. Т. 1 / Под ред. Е. А. Петровой. – М.: РИЦ АИМ, 2005.
4. Имидж и корпоративные отношения // Чумиков А. Н. Связи с общественностью: Учеб. пособие. – М.: Дело, 2000.
5. Имиджелогия: актуальные проблемы социального имиджмейкинга // Материалы Четвертого международного симпозиума по имиджелогии / Под ред. А. Петровой. – М.: РИЦ АИМ, 2006.
6. Имиджелогия: современное состояние и перспективы развития. Материалы Первого Международного симпозиума «Имиджелогия» / Под ред. Е. А. Петровой. – М.: РИЦ «Альфа» МГОПУ им. М. А. Шолохова, 2003.
7. Имиджелогия: состояние, направления, проблемы // Материалы Второго международного симпозиума по имиджелогии / Под ред. Е. А. Петровой. – М.: 2004.
8. Имиджелогия: феноменология, теория, практика // Материалы Третьего международного симпозиума по имиджелогии / Под ред. Е. А. Петровой. – М.: РИЦ АИМ, 2005.
9. Панасюк А. Ю. Вам нужен имиджмейкер? Или о том, как создавать свой имидж / А. Ю. Панасюк. – М.: Дело, 1998.
10. Панасюк А. Ю. Имидж. Энциклопедический словарь / А. Ю. Панасюк. – М.: РИПОЛ классик, 2007.

11. Панасюк А. Ю. Наука «Имиджелогия»: теоретическое обоснование права на существование // Имиджелогия: современное состояние и перспективы развития. Материалы Первого международного симпозиума «Имиджелогия» / Под ред. Е. А. Петровой. – М.: РИЦ «Альфа» МГОПУ им. М. А. Шолохова, 2003.
12. Панасюк А. Ю. Формирование имиджа: цели, стратегии, тактики // Имиджелогия: состояние, направления, проблемы. Материалы Второго международного симпозиума по имиджелогии / Под ред. Е. А. Петровой. – М.: 2004.
13. Политическая имиджелогия: монография / Под общ. науч. ред. Л. Г. Лаптева, Е. А. Петровой. – М.: РИЦ АИМ, 2006.
14. Почепцов Г. Имиджелогия. – М.: Рефлбук; Киев: Ваклер, 2001.
15. Шабельник А. Имидж и репутация - две большие разницы // Советник. – 2002. – № 2.

### 7.3. Базы данных информационно-справочные и поисковые системы

В своей деятельности преподаватели и студенты вправе воспользоваться:

- любыми поисковыми системы в сети Internet,
- электронным каталогом Центральной отраслевой библиотеки по физической культуре и спорту (http://lib.sportedu.ru/Catalog.idc);

http://rucont.ru/

### 7.4. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимый для освоения дисциплины (модуля)

Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/
Министерство образования и науки РФ http://Минобрнауки.рф/
Российское образование http://www.edu.ru/
Справочная правовая система «Консультант плюс» http://www.consultant.ru
Университетская информационная система РОССИЯ http://uisrussia.msu.ru/is4/main.jsp
Федеральное агентство научных организаций (ФАНО России) http://fano.gov.ru/ru/
Федеральное агентство по делам молодежи (Росмолодежь) http://www.fadm.gov.ru/
Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов: http://fcior.edu.ru(link is external)
Электронно-библиотечная система Университетская библиотека Online http ://biblioclub.ru/

## 8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 8.1. Программное обеспечение.

Microsoft Windows 10
Microsoft Office 2106
Dr.Web Desktop Security Suite (комплексная защита)
Система «Ведомости кафедры»
Мультимедийное сопровождение дисциплины

### 8.2. Материально-техническое обеспечение

311 учебная аудитория Екатеринбург, ул. Шаумяна. 85Парты – 17 шт., стулья – 30 шт., жалюзи, телевизор – 1 шт., доска классная – 1 шт., стол письменный – 1 шт., трибуна – 1 шт., ноутбук – 1 шт., презентации по основным темам – 7 шт., плакаты – 4 шт., стенд – 2 шт. Программное обеспечение GNU GPL: Операционная система Linux + Офисный пакет LibreOffice + Браузер Chromium, Mozilla Firefox

## 9. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

Учебные занятия проводятся в форме лекций и практических занятий.

Практические занятия являются аудиторными, проводятся в виде групповой творческой работы. Они предназначены для закрепления и самостоятельного осмысления учебного материала. Усвоение учебного материала предполагает активное личностное участие каждого студента в процессе познания, обязательное выявление ниши востребованности в тех или иных знаниях, умениях и навыках, необходимых для успешной трудовой деятельности в профессиональной сфере в дальнейшем. На практических занятиях целесообразно организовать защиту вариативных точек зрения на те или иные спорные вопросы практики. Самостоятельная работа является внеаудиторной и предназначена для самостоятельного ознакомления студентов с вопросами и проблемами, определяющие образовательные потребности студентов и относящиеся к профессиональной деятельности.

В самостоятельную работу входит изучение рекомендованной литературы, реферирование литературных источников, составление планов-конспектов занятий, подготовка к практическим занятиям, подготовка презентационного материала, выполнение рефлексивных заданий.

Одним из основных условий реализации ООП является применений балльно-рейтинговой системы в Екатеринбургском филиале УралГУФК. Для дисциплины «Имиджевые технологии в профессиональной спортивной деятельности» разработана и утверждена балльно-рейтинговая система. Условия накопления баллов и критерии оценки представлены в таблице 7.