

«ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА И САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ»

ФТД.2

1. Цели и задачи дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов системы знаний, умений и навыков в области построения имиджа и подготовки самопрезентации, на которые опирается бакалавр при достижении профессиональных успехов, решении профессиональных задач.

Задачи изучения дисциплины:

- освоение инструментария имиджелогии, принципов формирования и управления имиджем;
- освоение основных приемов самопрезентации, выявление отличий в понятиях самопрезентации и саморекламы;
- формирование навыков использования вербальных и невербальных имиджевых стратегий, навыков формирования собственного имиджа;
- изучение социально-психологических особенностей использования собственного имиджа и самопрезентации в профессиональной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина «Формирование имиджа и самопрезентация» включена в учебный план подготовки бакалавров по направлению подготовки 38.03.03 «Управление персоналом», квалификации бакалавр в качестве факультативной дисциплины.

Учебная дисциплина «Формирование имиджа и самопрезентация» призвана сформировать у обучающихся практические компетенции по формированию собственного положительного образа, помочь овладеть навыками самопрезентации и саморекламы профессионального менеджера, что позволит повысить востребованность выпускников на рынке труда.

Базовой основой для изучения курса являются дисциплины «Культурология», «Этика и деловой этикет», «Организационное поведение», «Организационная культура».

Полученные знания, умения и навыки в процессе изучения данной дисциплины могут быть использованы обучающимися в процессе освоения дисциплин «Основы управленческого консультирования», «Развитие человеческого потенциала организации», «Психофизиология профессиональной деятельности».

Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося, включают базовые знания полученные студентами из курсов русского языка и культуры речи, основ экономической теории, умение получать и анализировать полученную информацию, умение проследивать взаимосвязи элементов системы и делать обоснованные выводы, умение планировать действия по достижению результата.

Указанные связи дисциплины «Формирование имиджа и самопрезентация» дают обучающемуся системное представление о комплексе изучаемых дисциплин, что обеспечивает соответствующий теоретический уровень и практическую направленность в системе обучения и

будущей деятельности выпускника.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по факультативной дисциплине ФТД.2 «Формирование имиджа и самопрезентация», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы по направлению подготовки 38.03.03 «Управление персоналом».

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций:

ОК-7 способность к самоорганизации и самообразованию.

ПК-2 знание основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умение применять их на практике.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- сущность понятий имиджа, самоимиджа, самопрезентации и саморекламы, их сходства и различия;
- социально-психологические механизмы формирования имиджа в процессе реализации стратегии привлечения персонала, использование самопрезентации в различных сферах общественных практик;
- технологий формирования собственного имиджа, самопрезентации, саморекламы;

Уметь:

- определять профиль аудитории, личности, организации;
- разрабатывать стратегии и тактические мероприятия по формированию имиджа персонала организации;
- использовать знания о технологиях самопрезентации и самопозиционирования в профессиональной деятельности;
- анализировать, корректировать и трансформировать собственный имидж;
- применять на практике механизмы формирования имиджа в процессе реализации стратегии привлечения персонала.

Владеть:

- методами рефлексивного анализа;
- методами управления коммуникациями в рамках формирования собственного имиджа и самопрезентации, а также индивидуального и множественного имиджа персонала.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетную единицу, 36 часов.