

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ  
Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

факультет психологии

УТВЕРЖДАЮ  
Декан факультета  
психологии

Д.Н. Аксеновская  
" 30 " 2021 г.



**Рабочая программа дисциплины  
Психология делового имиджа**

Направление подготовки  
**37.04.01 Психология**

Профиль подготовки  
**Организационная психология**

Квалификация (степень) выпускника

**магистр**

Форма обучения  
**очно-заочная**

Саратов,  
2021

Статус	ФИО	Подпись	Дата
Преподаватель-разработчик	Жижина М.В.	<i>МВ</i>	30.04.21
Председатель НМК	Балакирева Е.И.	<i>ЕИ</i>	30.04.21
Заведующий кафедрой	Аксеновская Л.Н.	<i>ЛН</i>	30.04.21
Специалист Учебного управления			

## 1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Психология делового имиджа» являются:

- сформировать научные представления о сущности делового имиджа, его структуре и значении в современном бизнес-мире;
- обеспечить базовыми знаниями в области психологии делового имиджа, профессионально владеющих технологиями формирования имиджа делового человека;
- познакомить с социально-психологическими особенностями восприятия аудиторией имиджа; сформировать навыки построения эффективных имидж-коммуникативных моделей.

## 2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Психология делового имиджа» (Б1.В.ДВ.02.01) относится к дисциплинам по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана ООП по направлению подготовки 37.04.01 «Психология».

Изучению дисциплины предшествуют дисциплины: «Актуальные проблемы теории и практики современной психологии», «Отрасли психологии, психологические практики и психологические службы», «Психологическое консультирование и психологическая профилактика» и др. Данные курсы позволяют студентам приступить к изучению разделов и тем дисциплины уже со сформированными представлениями об основных социально-психологических категориях, закономерностях, ключевых проблемах и методах психологической науки.

Дисциплина «Психология делового имиджа» является предшествующей для изучения таких дисциплин как «Сотеринг», «Организационное проектирование», «Психология лидерства», а также способствует формированию знаний, умений и навыков для написания выпускной квалификационной работы.

## 3. Результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
ПК-2 Способен планировать и осуществлять психологическое индивидуальное и групповое консультирование клиентов по выявленным у них психологическим проблемам, психологическое просвещение с целью нивелирования влияния неблагоприятной среды и оказания психологической помощи в социализации и	ПК-2 1.1. Знает технологии психологического индивидуального и группового консультирования клиентов по выявленным у них психологическим проблемам, способы психологического просвещения с целью нивелирования влияния неблагоприятной среды и оказания психологической помощи в социализации и адаптации к условиям проживания.	<b>Знать:</b> основополагающие понятия в области делового имиджа, технологии психологического индивидуального и группового консультирования клиентов. <b>Уметь:</b> самостоятельно анализировать разные теоретические подходы и концепции в области психологии имиджа, технологии психологического индивидуального и группового консультирования клиентов. <b>Владеть:</b> понятийным аппаратом психологии делового имиджа для анализа и систематизации информации, поиска новой информации, объяснения индивидуальных

адаптации к условиям проживания.		особенностей построения имиджа делового человека.
	ПК-2 1.2. Умеет разрабатывать программы индивидуального и группового консультирования, психологического просвещения с целью нивелирования влияния неблагоприятной среды и оказания психологической помощи клиентам в социализации и адаптации к условиям проживания.	<p><b>Знать:</b> программы индивидуального и группового консультирования, психологического просвещения, закономерности и особенности социально-психологического восприятия имиджа личности.</p> <p><b>Уметь:</b> эффективно проводить коммуникационную презентацию, разрабатывать программы индивидуального и группового консультирования, психологического просвещения.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками применения полученных теоретических знаний для решения практических задач – в построении имиджа делового человека.</p>
	ПК-2. 1.3. Владеет навыками реализации программ индивидуального и группового консультирования, психологического просвещения клиентов с целью нивелирования влияния неблагоприятной среды и оказания психологической помощи клиентам в социализации и адаптации к условиям проживания	<p><b>Знать:</b> основные виды стратегий самопрезентаций для формирования эффективного делового имиджа; базовые принципы этики и этикета деловых отношений в современных условиях жизни.</p> <p><b>Уметь:</b> разрабатывать стратегии и использовать технологии самопрезентации, успешно позиционировать личностный имидж; применять психологические знания в разработке имидж-проектов в соответствующих областях психологической практики.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками самораскрытия и совершенствования публичного выступления.</p>

#### 4. Структура и содержание дисциплины

**«Психология делового имиджа»**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа

№ п/п	Раздел дисциплины	Се м е ст р	Не де ля се ме ст ра	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Формы промежуточной аттестации (по семестрам)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Формы промежуточной аттестации (по семестрам)
				лек-ции	прак		КСР	
					Общ ая труд оемк ость	Из них – прак тическая подго товка		
1	Презентация курса «Психология делового имиджа» (стратегические задачи и структура дисциплины). Деловой имидж и его роль в профессиональной деятельности	2	1	2	2	-	3	контроль самостоятельной подготовки и участия в практических занятиях
2	Персональный деловой имидж: структура и факторы формирования	2	2	2	2	-	3	контроль самостоятельной подготовки и участия в практических занятиях
3	Стратегии и технологии формирования делового имиджа	2	3	2	2	-	3	контроль самостоятельной подготовки и участия в практических занятиях
4	Самомаркетинг. Диагностика своего имиджа	2	4	2	2	-	3	контроль самостоятельной подготовки и участия в практических занятиях
5	Самопрезентация и технологии продвижения личного имиджа	2	5	3	2	-	3	контроль самостоятельной подготовки и участия в практических занятиях
6	Ситуационно-ролевая игра «Мой имидж»	2	6	-	4	-	4	Участие в ситуационно-

								ролевой игре
7	Корпоративный имидж и брендинг	2	7	3	2	-	3	контроль самостоятельной подготовки и участия в практических занятиях
8	Деловая игра «Разработка имиджа новой фирмы (продукции)»	2	8	-	4	-	4	участие в деловой игре
9	Этика и психологии делового контакта	2	9	2	2		3	контроль самостоятельной подготовки и участия в практических занятиях
10	Итоговое занятие- Презентация	2	10		2		3	Презентация подготовленных докладов
	<b>Всего за 2 семестр</b>	<b>2</b>		<b>16</b>	<b>24</b>	<b>-</b>	<b>32</b>	
	<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>2</b>						<b>зачет</b>
	<b>Всего 72 часа</b>			<b>16</b>	<b>24</b>	<b>-</b>	<b>32</b>	

### Содержание дисциплины «Психология делового имиджа»

**Тема 1. Презентация курса «Психология делового имиджа» (стратегические задачи и структура дисциплины). Деловой имидж и его роль в профессиональной деятельности.**

Современное значение термина «имидж». Понятие имиджа, его виды. Типология имиджа (круг носителей имиджа: личности, организации, профессии, товары и т.д.; имидж в различных контекстах (имидж организации, страны, государственной власти, политика, бизнесмена, поп-звезд). Основные составляющие внутреннего и внешнего имиджа. Отличие имиджа от репутации. Основные подходы к пониманию имиджа в современной науке. Функции имиджа. Роль имиджа в построении карьеры. Концептуальные характеристики имиджа. Самопрезентация как средство самовыражения и процесс управления впечатлениями – образами реципиента. Атрибуты внешнего имиджа. Восприятие имиджа как социально-психологическая проблема (стереотипы восприятия; социально-психологические эффекты восприятия имиджа; управление впечатлениями: аттракция, асертивность, фасцинация).

**Тема 2. Персональный деловой имидж: структура и факторы формирования.**

Понятия личного, профессионального, делового имиджа.

Факторы и компоненты персонального делового имиджа.

Внешние факторы персонального делового имиджа: общие физические данные, мимика, одежда, жестикация, цветотип, макияж, аксессуары, типы лица, прическа и т.д.

Внутренние факторы, определяющие персональный деловой имидж. Роль деловой риторики в создании бизнес-имиджа (искусство деловой полемики, личные и телефонные беседы и др.).

Основные ошибки в построении делового имиджа. Необходимость соответствия профессионального имиджа нормативным ожиданиям. Корпоративный имидж. Функции и основные компоненты корпоративного имиджа.

### **Тема 3. Стратегии и технологии формирования делового имиджа.**

Социокультурные предпосылки, особенности и механизмы формирования и развития имиджа. Методы формирования образа, психологические аспекты создания личного бренда. Имиджевые психотехники. Принципы и законы формирования имиджа. Имидж/образ: сходство и различия. Роль СМИ в трансляции имидж формирующей информации. Обзор эмпирических исследований самопрезентации. Анализ техник самоподачи и самопрезентации.

Инструментарий имиджелогии: позиционирование, манипулирование, мифологизация, эмоционализация, формат, вербализация, детализация, архаизация, дистанцирование, визуализация, метафоризация, жестикуляция, опрос общественного мнения и т.д.).

Современные технологии психодиагностики имиджа. Психологические возможности коррекции имиджа.

### **Тема 4. Самомаркетинг. Диагностика своего имиджа**

Проведение комплекса методик, направленных на выявление и оценку собственного имиджа (визуального, коммуникативного) с целью коррекции или моделирования нового имиджа (тест самодиагностика «Мой имидж» (по А. П. Панфиловой), упражнение «Проанализируйте свой потенциал» (по Д. Джеймс); вопросник «Ревизионный тест делового имиджа», анкета «Пересмотр своего имиджа», тест «Одежда и характер», «Цветовой тест личности», методика «Собственный имидж», «Имидж и стиль» и др.).

### **Тема 5. Самопрезентация и технологии продвижения личностного имиджа.**

Самопознание как фундамент персонального имиджа. Социально-психологические основы формирования индивидуального имиджа человека.

Необходимость гармонии имиджа и индивидуальности личности. Приемы самоанализа, используемые в имиджировании. Управление индивидуальным имиджем.

Психология саморекламы. Стратегии самопрезентаций для эффективного имиджа. Внутриличностная коррекция в системе способов имиджирования. Формирование позитивного отношения к себе. Освобождение от недостижимых стандартов. Самоменеджмент – основа формирования имиджа. Технологии продвижения личностного имиджа.

Формы и виды коммуникативных презентаций.

### **Тема 6. Ситуационно-ролевая игра «Мой имидж»**

Подготовка и проведение социально-ролевой игры «Мой имидж». Анализ игры с помощью просмотра видеозаписи игры (подведение итогов, рефлексия, разработка методических рекомендаций на тему: что нужно сделать, чтобы понравиться публике).

### **Тема 7. Корпоративный имидж и брендинг**

Функции и основные компоненты корпоративного имиджа. Фундамент имиджа корпорации. Внутренний и внешний имидж корпорации. Современная модель корпоративного имиджа. Роль фирменного стиля в создании корпоративного имиджа. Роль внутреннего имиджа корпорации. Функция идеологии в формировании имиджа. Функция самоидентификации персонала. Поддержание имиджа. Брендинг. Имидж бренда. Атрибуты бренда. Имидж и репутация в бизнесе.

### **Тема 8. Деловая игра «Разработка имиджа новой фирмы (продукции)»**

Подготовка и проведение деловой игры «Разработка имиджа новой фирмы (продукции). Анализ игры с помощью просмотра видеозаписи игры

### **Тема 9. Этика и психологии делового контакта**

Этика приемов и банкетов. Виды деловых приемов. Правила составления приглашения. Требования к беседе за столом с точки зрения создания психологического климата разговора.

Требования к внешнему виду деловой женщины и мужчины. Внешний облик делового человека. Основные атрибуты эффективного имиджа делового человека. Принципы и правила делового переписки. Сетевой этикет. Правила электронной деловой переписки.

Виды визитных карточек как инструмента делового контакта, функциональное назначение.

Технологии ведения записей и использования записной книжки как профессионального инструмента делового человека.

Культура телефонных разговоров. Условия эффективных телефонных разговоров.

#### **Тема 10. Презентация.**

Совместный анализ презентаций.

### **5. Образовательные технологии**

В учебном процессе при реализации компетентностного подхода используются лекционные и практические занятия, в том числе в форме активных и интерактивных форм проведения занятий. Эти формы сочетаются с самостоятельной работой студента в целях закрепления и развития полученных знаний.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определяется главной целью (миссией) программы, особенностью контингента обучающихся и содержанием конкретных дисциплин, и в целом в учебном процессе они должны составлять не менее 50% аудиторных занятий. Занятия лекционного типа для соответствующих групп студентов не могут составлять более 50% аудиторных занятий.

Содержание учебной дисциплины формируется с учетом выделенных на изучение дисциплины часов. Учебная работа формируется из лекционных занятий, работы на практических занятиях, работы в малых группах, обсуждения прикладных проблем психологии, выполнение специальных заданий в виде тестов, анализа проблемных ситуаций, проведения ситуационно-ролевых и деловых игр. Сочетание различных видов учебной работы направлено на максимальное освоение учебного материала. Успешное освоение материала курса предполагает самостоятельную работу студента и руководство этой работой со стороны преподавателей.

Формы контроля: выполнение контрольных заданий и тестов, анализ характерных и особых психологических ситуаций, реферирование статей периодической печати и их анализ, обсуждение актуальных проблем на творческих группах, Итоговый контроль – зачет.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов используются подходы, способствующие созданию безбарьерной образовательной среды: технологии дифференциации и индивидуализации обучения, увеличивается время на самостоятельное освоение материала.

Для студентов с ограниченными возможностями здоровья предусмотрены следующие формы организации педагогического процесса и контроля знаний:

- для *слабовидящих*:

обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

для выполнения контрольных заданий при необходимости предоставляется увеличивающее устройство;

задания для выполнения, а также инструкция о порядке выполнения контрольных заданий оформляются увеличенным шрифтом (размер 16-20);

- для *глухих и слабослышащих*:

обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости студенту предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- для лиц с тяжелыми нарушениями речи, глухих, слабослышащих все контрольные задания по желанию студентов могут проводиться в письменной форме.

Основной формой организации педагогического процесса является интегрированное обучение инвалидов, т.е. все студенты обучаются в смешанных группах, имеют возможность постоянно общаться со сверстниками, легче адаптируются в социуме.

## **6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.**

Рабочей программой дисциплины предусмотрена самостоятельная работа студентов в объеме 32 часов.

При изучении дисциплины следует особое внимание обращать на термины и определения. Они зачастую специфичны, несут в себе сложную смысловую нагрузку, от правильного их уяснения и использования зависит грамотное, квалифицированное применение на практике психологических методов, инструментов, технологий.

Данный учебный курс предполагает достаточный объем самостоятельной работы студентов. Желательно аудиторные занятия посещать после самостоятельного ознакомления с основными и дополнительными источниками согласно рекомендуемому списку, в результате чего на лекционных и практических занятиях будет возможно уделять больше внимания уяснению особенностей, так называемых «тонкостей» рассматриваемых вопросов, обсуждению и анализу проблем, возникающих в области практической деятельности, что, несомненно, будет способствовать повышению качества подготовки студентов.

В широком смысле под самостоятельной работой студента следует понимать совокупность всей самостоятельной деятельности обучаемых как в отсутствие преподавателя, так и в контакте с ним, в учебной аудитории, и за ее пределами (в том числе и в ходе учебных занятий). Сюда же и входит работа с первоисточниками: конспектирование, устные выступления с анализом первоисточника. Для успешной работы на практических занятиях студент должен прочесть указанную преподавателем литературу и активно участвовать в дискуссии, уметь изложить основные идеи прочитанных источников и дать им аргументированную оценку. Именно устные выступления на семинарах являются главным критерием высокой итоговой оценки.

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний студентов по данной дисциплине и предусматривает изучение дополнительной литературы и выполнение заданий, представленных в фонде оценочных средств, а также подготовку к промежуточной аттестации по представленным вопросам. Фонд оценочных средств дисциплины включает в себя темы рефератов, тестовые задания, задачи, вопросы к промежуточной аттестации.

### **6.1. Виды самостоятельной работы**

Раздел / Тема дисциплины	Вид самостоятельной работы	Литература
Темы 1-10	проработка конспектов лекций и вопросов, вынесенных на самостоятельное	Аронова Т. В. Основы имиджологии: учеб. пособие / Аронова Т. В. - М. : РГУФКСМиТ, 2018. - 74 с. : нет. - URL: <a href="https://lib.rucont.ru/efd/671384">https://lib.rucont.ru/efd/671384</a> . -



	изучение с помощью основной и дополнительной литературы	Борисов, В. К. Этика деловых отношений : учебник / В.К. Борисов. - 1. - Москва : Издательский Дом "ФОРУМ", 2019. - 176 с. - ISBN 978-5-8199-0844-0. - ISBN 978-5-16-107016-1. - ISBN 978-5-16-014496-2 Мамина, Р. И. Деловой этикет в системе имиджа : Философско-культурологический анализ / Р. И. Мамина. - Санкт-Петербург : Петрополис, 2012. - 232 с. - ISBN 978-5-9676-0403-4 : ~Б. ц. - Текст : непосредственный. Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. Троянская, А. И. Деловая этика : Учебное пособие / А. И. Троянская. - Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. - 145 с. - ISBN 978-5-4486-0617-5 : ~Б. ц. - Текст : непосредственный. Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS.
	подготовка рефератов по определенной проблеме, теме, решение творческих заданий. Создание и защита презентаций	
Итого часов на самостоятельную работу: 32		

## 6.2. Вопросы для углубленного самостоятельного изучения

1. Имидж как система и процесс. Формирование имидж-модели.
2. Структура имиджа. Структурный подход к формированию имиджа.
3. Типология имиджей.
4. Функции персонального имиджа.
5. Функции имиджа организации.
6. Анализ имиджа конкретного исторического лица (власть, политика, искусство).
7. Генезис деятельности по формированию имиджа. Анализ имиджа социально-исторического типа (фараон, свободный гражданин, монах, рыцарь, буржуа и т.п.).
8. Эстетический аспект имиджа. Специфика эстетического компонента в имиджевом решении.
9. Психологический аспект персонального имиджа. Условия и предпосылки формирования эффективного персонального имиджа.
10. Профессиональные требования к имиджу (для конкретной профессии, см. примеры: бизнес-тренер, социальный работник).
11. Природные предпосылки формирования персонального имиджа.
12. Имидж делового человека. Проблемы формирования и поддержания персонального имиджа в бизнес-среде.
13. Проблема соотношения имиджевых и этикетных требований в бизнес-сфере.
14. Роль корпоративной культуры в формировании имиджа фирмы.
15. Имидж как объект моделирования. Алгоритмы формирования имиджа.
16. Визуальное, вербальное, событийное, контекстное измерения имиджа.
17. Место «Я-концепции» в структуре персонального имиджа.
18. Инструментарий имиджологии. Типология средств создания имиджа. Условия и границы их применения и т.п.
19. Проблема соотношения субъекта и контекста в имиджевом решении.

20. Мифологизация как инструмент формирования имиджа (политика, шоу-бизнес, брендинг).
21. Роль стереотипов в создании и восприятии имиджа.
22. Проблема визуализации имиджа.
23. Роль цвета в создании имиджа.
24. Роль репутации в формировании имиджа.
25. Проблема оценки составляющих корпоративного имиджа.
26. Соотношение корпоративной философии и корпоративного имиджа: теоретический и прикладной аспекты.
27. Социальный имидж организации.
28. Бизнес-имидж организации.
29. Образ российского бизнеса: пути становления и проблемы.
30. Роль PR в формировании позитивного корпоративного имиджа.

### **Примерные темы для презентационных – выступлений**

1. Имидж: определение, функции, цели.
2. Деловой имидж как показатель культуры и компетентности.
3. Самопознание личности как компонент делового имиджа.
4. Совместимость имиджа с психологическими особенностями личности.
5. Концептуальные характеристики имиджа.
6. Типы имиджей.
7. Имидж-эффекты.
8. Методы формирования имиджа.
9. Стратегии конструирования делового имиджа.
10. Значение имиджа и имиджирования в деловой жизни.
11. Тактики и стратегии самопрезентации.
12. Психологические функции самораскрытия личности.
13. Основные функции корпоративного имиджа.
14. Формы и методы организационных коммуникаций.
15. Основные характеристики позиционирования.
16. Психологические особенности восприятия имиджа.
17. Особенности формирования корпоративного имиджа.
18. Роль имиджа в формировании общественного мнения.
19. Соотношение понятий имидж, репутация, бренд.
20. Способы возвышения имиджа.
21. Имидж как коммуникация.
22. Структура процесса управления корпоративным имиджем.
23. Основные положения формирования имиджа и репутации делового человека.
24. Слагаемые формирования делового имиджа.
25. Критерии подбора цвета и стиля. Психологическое восприятие цвета. Основные требования к мужскому и женскому деловому костюму.
26. Культура деловых взаимоотношений.
27. Этикет деловых встреч.
28. Сетевой этикет.
29. Факторы и условия эффективной презентации.
30. Публичное выступление. Особенности подготовки к выступлению по радио, телевидению.

### **6.3. Порядок выполнения самостоятельной работы**

Самостоятельная подготовка к занятиям осуществляется регулярно по каждой теме дисциплины и определяется календарным графиком изучения дисциплины. Для успешной работы на практическом занятии студент должен прочесть указанную преподавателем литературу, проанализировать теоретический материал, активно участвовать в дискуссии, уметь изложить основные идеи прочитанных источников и дать им аргументированную оценку. Именно устные выступления слушателей на семинарах являются главным критерием высокой итоговой оценки.

## 7. Данные для учета успеваемости студентов в БАРС

Таблица максимальных баллов по видам учебной деятельности.

	1	2	3	4	5	6	7	8
Семестр	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Автоматизированное тестирование	Другие виды учебной деятельности	Промежуточная аттестация	Итого
2	10	-	40	20	-	-	30	100
Итого	10	-	40	20	-	-	30	100

### Программа оценивания учебной деятельности студента

#### 2 семестр

##### Лекции

Оценивается посещаемость, активность – от 0 до 10 баллов.

##### Лабораторные занятия

не предусмотрено

##### Практические занятия

Оценивается активность, полнота ответов, их правильность, уровень подготовки – от 0 до 40 баллов

##### Самостоятельная работа

Выполнение заданий для самостоятельной в соответствии методическими указаниями для выполнения. Оценивается правильность оформления, раскрытие вопроса, обоснованность – от 0 до 20 баллов

##### Автоматизированное тестирование

не предусмотрено

##### Другие виды учебной деятельности

Не предусмотрены

##### Промежуточная аттестация экзамен

**15-30 баллов** – ответ на «зачтено».

**0-14 баллов** – ответ на «не зачтено».

Ответ студента имеет существенные пробелы в знании основного материала по программе, в ответе допущены принципиальные ошибки при изложении материала.

### Пересчет полученной студентом суммы баллов во 2 семестре по дисциплине «Психология делового имиджа» в зачет

60 - 100	«зачтено»
0 - 59	«не зачтено»

Таким образом, максимально возможная сумма баллов за все виды учебной деятельности студента за 2 семестр по дисциплине «Психология делового имиджа» составляет 100 баллов.

## **8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)**

### **а) литература**

Аронова Т. В. Основы имиджологии : учеб. пособие / Аронова Т. В. - М. : РГУФКСМиТ, 2018. - 74 с. : нет. - URL: <https://lib.rucont.ru/efd/671384>. -  
Борисов, В. К. Этика деловых отношений : учебник / В.К. Борисов. - 1. - Москва : Издательский Дом "ФОРУМ", 2019. - 176 с. - ISBN 978-5-8199-0844-0. - ISBN 978-5-16-107016-1. - ISBN 978-5-16-014496-2  
Мамина Р. И. Деловой этикет в системе имиджа : Философско-культурологический анализ / Р. И. Мамина. - Санкт-Петербург : Петрополис, 2012. - 232 с. - ISBN 978-5-9676-0403-4 : ~Б. ц. - Текст : непосредственный. Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS.  
Троянская, А. И. Деловая этика : Учебное пособие / А. И. Троянская. - Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. - 145 с. - ISBN 978-5-4486-0617-5 : ~Б. ц. - Текст : непосредственный. Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS.

### **б) программное обеспечение и Интернет-ресурсы**

Microsoft Windows 7, 8 Pro  
Microsoft Office 7, 10, 13 Plus  
WinRar  
Adobe Acrobat Reader X  
Google Chrome  
Aby Fine Reader

## **9. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Материально-техническое обеспечение включает в себя: наличие компьютерного класса общего пользования с подключением к Интернет; учебные классы, оснащенные современной аудио- и видеотехникой; компьютерные мультимедийные проекторы во всех аудиториях, где проводятся лекционные занятия и другая техника для презентаций учебного материала; современные лицензионные компьютерные статистические системы для анализа данных и обработки результатов эмпирических исследований (SPSS, Stadia, Statistika и др.).

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 37.04.01 Психология (квалификация (степень) магистр).

Автор

к.пед.н., доцент кафедры общей и социальной психологии

М.В. Жижина от

Программа одобрена на заседании кафедры общей и социальной психологии от 30.04.2021 года, протокол № 8.