

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

УТВЕРЖДАЮ  
Декан факультета Ивченко С.Г.  
« 14 » \_\_\_\_\_ 2021 г.



**Рабочая программа дисциплины  
«Имиджелогия»**

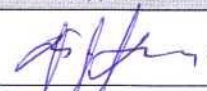



**Направления подготовки магистратуры  
39.04.01- «Социология»**

**Профиль подготовки  
«Социология конфликта»**

**Квалификация (степень)  
Магистр**

**Форма обучения  
Очная**

**Саратов,  
2021**

Статус	ФИО	Подпись	Дата
Преподаватель-разработчик	Пашкина Татьяна Александровна		14.04.2021
Председатель НМК	Никифоров Ярослав Александрович		14.04.2021
Заведующий кафедрой	Бегинина Ирина Александровна		14.04.2021
Специалист Учебного управления	Севадкина Юлия Александровна		14.04.2021

## 1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Имиджелогия» является формирование у студентов теоретических основ имиджирования, усвоение концепций о ценностных и технологических функциях имиджа личности, организации, освоение практических навыков. Курс базируется на отечественных и зарубежных теоретических и прикладных разработках, опубликованных в профессиональной литературе, периодической печати, на анализе имеющейся практики. Учебный курс "Имиджелогия" рассчитан на подготовку специалистов, чья профессиональная деятельность связана с управленческой работой, с взаимодействием с людьми. Изучение курса логично связано с такими предметами как «Социология конфликта», «Конфликты и кризисы в процессе социального взаимодействия», «Коммуникативные технологии», «Профессионально-личностное саморазвитие». Его цель – дать знания об основных механизмах и методах формирования имиджа личности, организации, территории, технологиях презентации объекта имиджирования, а также навыки и умения их эффективного использования в процессе профессиональной деятельности.

## 2. Место дисциплины в структуре ООП магистратуры

Дисциплина «Имиджелогия» относится к факультативным дисциплинам (ФТД.В.02) части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана ООП по направлению 39.04.01 Социология, профилю «Социология конфликта». Дисциплина изучается в 4 семестре.

## 3. Результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
<b>УК-1.</b> Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий.	<b>1.1_М.УК-1.</b> Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними. <b>1.2_М.УК-1.</b> Осуществляет поиск алгоритмов решения поставленной проблемной ситуации на основе доступных источников информации. Определяет в рамках выбранного алгоритма вопросы (задачи), подлежащие дальнейшей детальной разработке. Предлагает способы их решения. <b>1.3_М.УК-1.</b> Разрабатывает стратегию достижения поставленной цели как последовательность шагов, предвидя результат каждого из них и оценивая их влияние на внешнее окружение планируемой деятельности и на взаимоотношения участников этой деятельности	<b>Знать:</b> методику препарирования и анализа характеристик личности или организации, выявления их значимости для формирования нужного имиджа, последовательности их разработки. <b>Уметь:</b> найти нужные алгоритмы разрешения проблемной имиджевой ситуации, сформулировать и спланировать конкретные шаги для достижения поставленной цели. <b>Владеть:</b> навыками постановки реальной, исполнимой, своевременной цели в работе с имиджем, исходя из того, что правильно поставленная цель – есть результат, к которому мы стремимся.
<b>УК-6.</b> Способен	<b>6.1_М.УК-6.1.</b> Находит, обобщает	<b>Знать:</b> особенности

<p>определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.</p>	<p>и творчески использует имеющийся опыт в соответствии с задачами саморазвития.  <b>6.2_М.УК-6.1.</b> Самостоятельно выявляет мотивы и стимулы для саморазвития, определяя реалистические цели профессионального роста.  <b>6.3_М.УК-6.1.</b> Планирует профессиональную траекторию с учетом профессиональных особенностей, а также других видов деятельности и требований рынка труда.  <b>6.4_М.УК-6.1.</b> Действует в условиях неопределенности, корректируя планы и шаги по их реализации с учетом имеющихся ресурсов.</p>	<p>собственной мыслительной деятельности, характера, скорости принятия решений.  <b>Уметь:</b> делать правильные выводы из предшествующего опыта собственной деятельности, не повторять собственных и чужих ошибок.  <b>Владеть:</b> навыками постановки реальных целей для саморазвития, сбора и анализа информации о состоянии рынка труда, волей и трудолюбием для достижения поставленных целей.</p>
<p><b>ПК-1</b> Способен самостоятельно формулировать цели, ставить и решать конкретные задачи научных исследований в фундаментальных и прикладных областях социологии.</p>	<p><b>ИПК1.1.</b> Осуществляет самостоятельный поиск стратегий, технологий, ресурсов  <b>ИПК1.2</b> Применять содержание основных правовых документов, регламентирующих профессиональную деятельность, разрабатывать основы мониторинга и оценки результатов социологического исследования.</p>	<p><b>Знать:</b> методику и технологию планирования и проведения научных исследований в фундаментальных и прикладных областях социологии.  <b>Уметь:</b> формулировать цели и задачи научных исследований, спланировать и организовать работу по их проведению.  <b>Владеть:</b> навыком поиска информации, нормативно-правовых документов, необходимых для решения задач научных исследований.</p>
<p><b>ПК-3</b> Способен использовать углубленные специализированные теоретические знания, практические навыки и умения для организации научных и научно-прикладных исследований, учебного процесса, экспертной, аналитической и консалтинговой деятельности.</p>	<p><b>ИПК3.1.</b> Определяет ресурсы, необходимые для реализации задач социологического исследования  <b>ИПК 3.2.</b> Определяет объем работы специалистов учреждений и организаций и распределяет задания между их персоналом.  <b>ИПК 3.3.</b> Координирует и руководит деятельностью специалистов подразделения различных организаций и учреждений.</p>	<p><b>Знать:</b> методику и технологию планирования, проведения социологического исследования и обработки его результатов.  <b>Уметь:</b> планировать и контролировать свою работу и работу организаций-компаньонов.  <b>Владеть:</b> навыками организации работы команды, профессиональными основами экспертной, аналитической и консалтинговой деятельности.</p>
<p><b>ПК-5</b> Способен к координации деятельности соисполнителей,</p>	<p><b>ИПК5.1.</b> Осуществляет внедрение результатов научно-исследовательских работ.  <b>ИПК5.2</b> Организует подготовку и</p>	<p><b>Знать:</b> методику и технологию планирования, проведения социологического исследования и обработки его</p>

участствующих в выполнении работ с другими организациями и к определению сферы применения полученных научно-исследовательских результатов в области социологии	представление руководству отчета о практической реализации результатов социологических исследований	результатов. <b>Уметь:</b> определять сферы применения полученных результатов. <b>Владеть:</b> навыками организации работы команды, умением обобщать и формулировать полученные результаты.
--	---	---

#### 4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Формы промежуточной аттестации (по семестрам)	
				лекции	Практические занятия		ИКР		СРС
					Общая трудоемкость	Из них практические занятия			
1	Имиджелогия: сущность и специфика учебного предмета	4	1	2	1	-	-	6	опрос
2	Теоретические основания имиджа. Принципы имиджелогии	4	1	-	1	-	-	6	опрос
3	Закономерности формирования и функционирования имиджа	4	2	2	1	-	-	6	опрос
4	Структура и типология имиджа	4	2	-	1	-	-	6	реферат
5	Технология имиджирования: позиционное представление презентации	4	3	2	1	-	-	6	Участие в круглом столе
6	Разработка и применение стратегий формирования имиджа	4	3	-	1	-	-	6	доклад - презентация
7	Индивидуальный имидж	4	4	-	1	-	-	6	эссе
8	Имидж руководителя	4	4	2	1	-	-	7	эссе
9	Корпоративный имидж	4	4	-	1	-	-	7	участие в круглом столе

	<b>Итого</b>	<b>4</b>		<b>8</b>	<b>8</b>		<b>-</b>	<b>56</b>	
	<b>Промежуточная аттестация</b>								<b>зачет</b>
	<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>72</b>							

### **Содержание учебной дисциплины**

В соответствии с «Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» по образовательным программам могут проводиться учебные занятия следующих видов, включая учебные занятия, направленные на проведение текущего контроля успеваемости:

лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем, обучающимся;

семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия;

курсовое проектирование (выполнение курсовых работ) по одной или нескольким дисциплинам (модулям);

групповые консультации;

индивидуальные консультации и иные учебные занятия, предусматривающие индивидуальную работу преподавателя с обучающимся (в том числе руководство практикой);

самостоятельная работа обучающихся.

Организация может проводить учебные занятия иных видов.

#### ***Тема 1. Имиджелогия: сущность и специфика учебного предмета***

Введение в имиджелогия - отрасль современного человековедения. Истоки и определение понятия имиджа. Компоненты имиджа личности. Основные условия формирования имиджа. Разновидности имиджа. Человек - конструктор своего имиджа.

#### ***Тема 2. Теоретические основания имиджа. Принципы имиджелогии***

Приоритетные функции имиджа (ценностные, технологические). Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа. Роль механизмов социально-психологического влияния в процессе формирования имиджа. Этические проблемы деятельности имиджмейкера по формированию имиджа клиента. Потребности как психологические предпосылки возникновения индустрии имиджа.

#### ***Тема 3. Закономерности формирования и функционирования имиджа***

Коммуникационная модель формирования имиджа. Каналы передачи информации. Тройственное понимание субъекта имиджа: субъект воспринимающий (аудитория), субъект транслирующий (прообраз) и субъект формирующий (имиджмейкер). Формирование имиджа как субъект - субъектное взаимодействие. Формирование имиджа как создание социальной реальности в сознании людей.

#### ***Тема 4. Структура и типология имиджа***

Когнитивный, аффективный и поведенческий компоненты имиджа. Сознательный и бессознательные уровни функционирования имиджа. Ключевые имиджевые характеристики объекта. Проблема объекта и субъекта имиджа. Личность как реципиент имиджа. Малая, средняя и большая социальные группы как аудитория имиджа. Массовая аудитория имиджа. Виды объектов имиджа: личность, организация, группа, товар (торговая марка). Виды имиджа. Профессиональный имидж. Типологии по области применения: бизнес, реклама, шоу-бизнес, политика, управление организацией.

#### ***Тема 5. Технология имиджирования: позиционное представление презентации***

Стратегии и тактики построения имиджа. Виды имиджирующей информации. Влияние подсознательной информации на возникновение имиджа. Прямая и косвенная

информация о человеке. Принципы технологии формирования имиджа. Критерии выбора модели поведения. Роль как корректирующий фактор поведения. Социумы общения. Модели поведения в официальном и неофициальном общении. Модели поведения активного и пассивного характера. Социально-психологические особенности конкретного социума и характер ситуации. Имидж как составная часть культуры делового общения.

#### **Тема 6. Разработка и применение стратегий формирования имиджа**

Стихийность и целенаправленность в формировании имиджа. Характеристика этапов формирования имиджа: изучение объекта, оценка аудитории, коррекция характеристик объекта, символизация, позиционирование, презентация имиджа. Выявление имиджевых качеств объекта. Обеспечение постоянства имиджа. Использование методов активного социально-психологического обучения в формировании имиджа.

#### **Тема 7. Индивидуальный имидж**

Понятия индивида и индивидуальности. Внешняя и внутренняя мотивация по созданию имиджа. Оригинальный и наведенный виды имиджа. Имидж, ориентированный на самоощущение, и имидж, ориентированный на восприятие. Я-концепция и Я-образ. Взаимоотношения имиджа Я-реального, Я-идеального и Образа Я у других. Типологии личности как основа для оценки имиджевой предрасположенности потребителей. Тело, лицо, поведение человека как объект его имиджа. Характеристика стилей одежды. Самопрезентация. Факторы восприятия личности в общественном сознании. Критерии эффективности индивидуального имиджа.

#### **Тема 8. Имидж руководителя**

Компоненты имиджа руководителя: личностный, социальный, профессиональный. Свойства имиджа руководителя - адекватность, ответственность, устойчивость, целостность, презентабельность. Создание установки принятия имиджа руководителя: ситуативной, фиксированной. Имидж руководителя в структуре имиджа учреждения.

#### **Тема 9. Корпоративный имидж**

Понятие корпоративного имиджа. Роль имиджа учреждения (организации, фирмы) в условиях современного рынка. Внешний и внутренний имидж. Связь внутреннего имиджа с корпоративной культурой. Оптимальная структура внешнего имиджа учреждения. Изучение имиджа учреждения. Методы оценки. Оптимальная структура имиджа. Критерии и показатели эффективности формирования имиджа. Алгоритм совершенствования имиджа. Основные мероприятия по совершенствованию имиджа. Критерии эффективности корпоративного имиджа.

### **Практические занятия**

#### **Интерактивный семинар 1. Тема 2. Теоретические основания имиджа. Принципы имиджелогии**

**Цель:** освоить основные понятия и термины, используемые в имиджелогии. Познакомиться с социально-психологическими закономерностями формирования и функционирования имиджа.

#### **Вопросы для обсуждения:**

1. Чем может быть вызвана необходимость формирования/коррекции имиджа личности, организации, власти.
2. Роль имиджа в формировании общественного мнения о личности, организации, власти.

#### **Темы для докладов:**

1. Определение понятия имиджа. Компоненты имиджа личности.

2. Основные условия формирования имиджа.
3. Разновидности имиджа.
4. Принципы имиджелогии.

**Образовательные технологии:** опрос, дискуссия.

**Задание для самостоятельной работы:** составить словарь терминов и основных понятий, используемых в имиджелогии.

**Форма контроля самостоятельной работы студентов:** опрос, дискуссия.

### **Интерактивный семинар 2. Тема 3. Закономерности формирования и функционирования имиджа**

**Цель:** разобраться в коммуникационной модели формирования имиджа, каналах передачи и восприятия имиджевой информации.

**Вопросы для обсуждения:**

1. Основные обязательные элементы коммуникационной модели имиджа.
2. Особенности вербальной, невербальной, личностной составляющей имиджа.
3. Анализ методов и практических приемов, используемых в имиджелогии

**Темы для докладов:**

1. Коммуникационная модель формирования имиджа.
2. Каналы передачи и восприятия имиджевой информации.
3. Лидеры мнений и их роль в формировании общественного мнения об объекте имиджа.

**Образовательные технологии:** опрос.

**Задание для самостоятельной работы:** прочесть книгу В.М. Шепеля «Имиджелогия. Секреты личного обаяния».

**Форма контроля самостоятельной работы студентов:** опрос.

### **Интерактивный семинар 3. Тема 4. Структура и типология имиджа**

**Цель:** познакомиться с различными компонентами имиджа и ключевыми имиджевыми характеристиками объекта.

**Вопросы для обсуждения:**

1. Что входит в понятие ключевых имиджевых характеристик объекта.
2. Личность как реципиент имиджа
3. Виды имиджа.

**Темы для рефератов:**

1. Когнитивный, аффективный и поведенческий компоненты имиджа.
2. Малая, средняя и большая социальные группы как аудитория имиджа.
3. Виды объектов имиджа.
4. Понятие, типы, функции имиджа.

**Образовательные технологии:** опрос, обсуждение.

**Задание для самостоятельной работы:** подготовить реферат на одну из обозначенных тем.

**Форма контроля самостоятельной работы студентов:** доклад, обсуждение, дискуссия.

### **Интерактивный семинар 4. Тема 5. Технология имиджирования: позиционное представление презентации**

**Цель:** разобраться в понятиях стратегии и тактики построения имиджа, видах имиджформирующей информации.

**Вопросы для обсуждения:**

1. Стратегия конструирования имиджа.
2. Что относится к имиджформирующим факторам персоны, организации, товара, власти, территории.

**Темы для докладов:**

1. Общественное мнение об имидже объекта и способы его формирования.
2. Состояние рынка имидж-услуг в регионе.

**Образовательные технологии:** обсуждение.

**Задание для самостоятельной работы:** проанализировать составляющие имиджа региона.

**Форма контроля самостоятельной работы студентов:** круглый стол на тему «Значение имиджа региона в современных условиях».

**Интерактивный семинар 5. Тема 6. Разработка и применение стратегий формирования имиджа**

**Цель:** разобраться в особенностях этапов формирования имиджа.

**Вопросы для обсуждения:**

1. Какие качества объекта относятся к имиджевым.
2. Что такое стихийность и целенаправленность в формировании имиджа

**Темы для докладов:**

1. Основные этапы формирования имиджа и их характеристика
2. Какие методы социально-психологического обучения используются при формировании имиджа.

**Образовательные технологии:** презентация докладов, обсуждение.

**Задание для самостоятельной работы:** подготовить доклад на одну из заданных тем.

**Форма контроля самостоятельной работы студентов:** презентация докладов, дискуссия.

**Интерактивный семинар 6. Тема 7. Индивидуальный имидж**

**Цель:** разобраться в особенностях формирования и назначения индивидуального имиджа.

**Вопросы для обсуждения:**

1. Понятия индивида и индивидуальности.
2. Тело, лицо, поведение человека как объект его имиджа.

**Темы для эссе:**

1. Моя внешняя и внутренняя мотивация по созданию собственного имиджа.
2. Что мне хотелось бы в себе изменить.
3. Имидж человека, с которого мне хочется брать пример.
4. Как меня воспринимают другие.
5. Мой стиль одежды.
6. Как я оцениваю свой имидж.

**Образовательные технологии:** опрос, обсуждение эссе.

**Задание для самостоятельной работы:** подготовить эссе на одну из обозначенных тем.

**Форма контроля самостоятельной работы студентов:** обсуждение эссе, дискуссия.



## **Интерактивный семинар 7. Тема 8. Имидж руководителя**

**Цель:** разобраться в особенностях имиджа руководителя и его значении для организации/власти.

### **Вопросы для обсуждения:**

1. Из чего складывается имидж руководителя.
2. Какое значение имеет имидж руководителя для имиджа организации/власти/территории.

### **Темы для эссе:**

1. Имидж руководителя региона, формируемый СМИ.
2. Критерии оценки эффективности имиджа руководителя организации/территории.
3. Роль СМИ в формировании имиджа публичных персон (на примере...).
4. Имидж руководителя в структуре имиджа учреждения (на примере...).

**Образовательные технологии:** анализ ПР-материалов в СМИ, обсуждение эссе.

**Задание для самостоятельной работы:** подготовить эссе на одну из обозначенных тем.

**Форма контроля самостоятельной работы студентов:** обсуждение эссе, дискуссия.

## **Интерактивный семинар 8. Тема 9. Корпоративный имидж**

**Цель:** познакомиться с особенностями корпоративного имиджа и способами управления им.

### **Вопросы для обсуждения:**

1. Что такое корпоративный имидж и какова его роль в продвижении организации.
2. Как управлять имиджевыми информационными потоками.
3. Критерии и показатели эффективности формирования корпоративного имиджа.
4. Связь внутреннего имиджа с корпоративной культурой организации.
5. Основные шаги и технологии по совершенствованию корпоративного имиджа.

**Образовательные технологии:** обсуждение в формате круглого стола.

**Задание для самостоятельной работы:** проанализировать специфику корпоративного имиджа нескольких крупных организаций. Подготовиться к обсуждению полученной информации в формате круглого стола.

**Форма контроля самостоятельной работы студентов:** круглый стол «Роль внешних атрибутов организации: эмблема, девиз, цветовые решения. Критерии и показатели эффективности формирования имиджа».

## **5. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины**

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки **39.04.01 – «Социология»** реализация компетентностного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (социологический учебный практикум, деловые и ролевые игры, тренинги, решение проблемной ситуации мозговой атакой, рефераты и доклады, защита проектов) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков студентов. В учебном курсе предусмотрено знакомство и деятельностью Центра региональных социологических исследований социологического факультета СГУ, мастер-классы экспертов и специалистов.

*Для студентов с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов* предусмотрены электронные варианты учебных пособий по дисциплине, программное обеспечение и Интернет-ресурсы. При необходимости студентам могут быть

предоставлены презентации на электронном носителе с возможностью просмотра на ноутбуке или планшете.

Самостоятельная работа магистра включает в себя подготовку и выполнение заданий к практическим занятиям, работу с источниками и литературой, нормативной документацией, реферирование журнальных статей дискуссионного характера и новейших исследований монографического уровня, написание научных статей, рецензий, участие в организации конференций. В выполнении этих заданий обращается особое внимание на их связь с тематикой магистерской программы. Промежуточные формы контроля – научные статьи, рецензии, доклады, презентации исследований.

Для инвалидов в зависимости от категории заболевания рабочая программа дисциплины адаптирована электронными методическими рекомендациями, предусматривает индивидуальные консультации по курсу, адаптированное тестирование, индивидуальные формы промежуточной аттестации (индивидуальное собеседование, решение проблемных ситуаций, подготовка и защита индивидуальных проектов, презентаций и т.д.).

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

Виды самостоятельной работы обучающегося (письменная контрольная работа, реферат, эссе, творческая работа, презентация доклада, тест), порядок их выполнения и контроля, темы, контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приводятся в ФОС.

#### **7. Данные для учета успеваемости студентов в БАРС**

Таблица 1.1 Таблица максимальных баллов по видам учебной деятельности.

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Семестр	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Автоматизированное тестирование	Другие виды учебной деятельности	Промежуточная аттестация	Итого
1	10	0	20	20	0	20	30	<b>100</b>

#### **Программа оценивания учебной деятельности студента.**

##### **4 семестр**

**Лекции** – 0-10 баллов: посещаемость за семестр, конспектирование лекций, активность при ответе на вопросы, дополнения по теме лекции.

**Лабораторные занятия** – не предусмотрены.

**Практические занятия** – 0-20 баллов: оценка активности и результатов работы на семинарах, оценка уровня подготовки к занятиям.

**Самостоятельная работа** – 0-20 баллов: оценка качества выполнения самостоятельной работы (написание эссе, реферата): его структура, полнота, новизна, количество используемых источников, самостоятельность при его написании, степень оригинальности и инновационности предложенных решений, обобщений и выводов, грамотность и правильность оформления.

**Автоматизированное тестирование** – не предусмотрено.

**Другие виды учебной деятельности** – 0-20 баллов: тестирование, написание контрольных работ, рефератов, организация и участие в ролевых играх, тренингах, решение проблемных ситуаций, подготовка презентаций, защита проектов.

**Промежуточная аттестация – зачет** - 0- 30 баллов.

При проведении промежуточной аттестации:

от 0 до 14 баллов – не зачтено;

от 15 до 30 баллов – зачтено.

Таким образом, максимально возможная сумма баллов за все виды учебной деятельности студента за 4 семестр по дисциплине составляет **100** баллов.

## **8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **а) литература:**

1. Введенская, Людмила Алексеевна. Русский язык и культура речи: учеб. пособие для вузов /Л.А. Введенская, Л. Г. Павлова, Е. Ю. Кашаева. 24-е изд. - Ростов н/Д: Феникс, 2008. - 539, [5] с.

2. Ковальчук, Аделаида Сергеевна. Основы имиджологии и делового общения: учеб. пособие для студентов вузов. - Ростов н/Д: Феникс, 2009.

3. Социология, психология, право [Электронный ресурс]: тематический словарь / Н. Г. Милорадова, А. Д. Ишков, Е. В. Романова [и др.]; под ред. Н. Г. Милорадова, А. Д. Ишков. — Электрон. текстовые данные. — М.: Московский государственный строительный университет, Ай Пи Эр Медиа, ЭБС АСВ, 2015. — 100 с. — 978-5-7264-1017-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/30034.html>

4. Цветков, В. Л. Психология конфликта. От теории к практике [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Юриспруденция» / В. Л. Цветков. — Электрон. текстовые данные. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 183 с. — 978-5-238-02360-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52550.html>

5. Шарков Ф. Имидж, бренд, паблисити, репутация: константы гудвилла. - М.: Дашков и Ко, 2008.

6. Тужба Э.Н. Социология конфликта: Учебное пособие / Тужба Э.Н. - Москва: Русайнс, 2021. - 129 с.

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

<http://lib.socio.msu.ru> - Электронная библиотека социологического факультета МГУ.

<http://library.sgu.ru/> - Зональная научная библиотека им. В.А. Артисевич Саратовского государственного университета им. Н. Г. Чернышевского.

<http://www.biblioclub.ru/> - Зональная научная библиотека Саратовского государственного университета им. Н.Г. Чернышевского он-лайн.

<http://socioline.ru> - Электронная библиотека по социологии с оригинальными материалами и коллекцией тематических ссылок.

<http://www.i-u.ru> Русский Гуманитарный Интернет-Университет

[http:// www.wciom.ru](http://www.wciom.ru) - ВЦИОМ: информационные материалы

<http://www.humanities.edu.ru> - Федеральный фонд учебных курсов по гуманитарным и социально-экономическим дисциплинам

<http://www.ecsocman.edu.ru> - Федеральный образовательный портал: Экономика. Социология. Менеджмент

[http:// www.nsu.ru](http://www.nsu.ru) / sociol

[http:// www.imige-contact.ru](http://www.imige-contact.ru)

### **Лицензионное программное обеспечение:**

210 аудитория: Windows 10, Lazarus 0.9Л6, Gimp 2.6Л 2-2, Microsoft office 2016, Microsoft Visual Studio 2015, StarUML 5.0.2.1570, R for Windows 2.10.0,

Microsoft SQL Server 2008 R2, Free Pascal, Notepad++, Антивирус Kaspersky

301 аудитория: Windows 7 Professional, Windows 10, Office Professional Plus, SPSS Statistica 19, Sociometry Pro, Nero v10, WinRAR

## 9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Социологический факультет располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Учебный процесс реализуется в VII корпусе ФГБОУ ВО «СГУ имени Н.Г. Чернышевского» в 19 аудиториях (105, 110, 112, 201, 206, 207, 208, 209, 210, 212, 215, 301, 302, 304, 306, 309, 311, 401, 402), оборудованных для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также для самостоятельной работы магистрантов.

Учебные аудитории 201, 208, 212 и 216 укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории (интерактивные доски и мультимедиа-проекторы), аудитории 210 и 301 оборудованы экраном (телевизором) и мультимедиа-проекторами. Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие примерным программам дисциплин (модулей), рабочим учебным программам дисциплин (модулей). Для самостоятельной работы магистрантов имеются компьютерные классы в 301 и 210 аудиториях VII корпуса СГУ с доступом к сети Интернет, оснащенные лицензионным программным обеспечением, обновляемым по необходимости.

Перечень материально-технического обеспечения, необходимого для реализации программы магистратуры, в том числе для осуществления практической подготовки студентов, включает в себя:

Центр региональных социологических исследований, оснащенный компьютерами, лицензионным программным обеспечением, позволяющим проводить социологические исследования и производить обработку полученных данных, расположенный по адресу: г. Саратов, ул. Б. Казачья, 120, ауд.306;

Лаборатория социологических исследований и информатики, расположенная по адресу: г. Саратов, ул. Б. Казачья, 120, корпус 7, ком. 210;

Учебная лаборатория демографических, конфликтологических и этноконфессиональных исследований, расположенная по адресу: г. Саратов, ул. Б. Казачья, 120, корпус 7, ком. 205;

Научно-методический центр по работе с молодежью, расположенная по адресу: г. Саратов, ул. Б. Казачья, 120, корпус 7, ком. 204.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению **39.04.01- «Социология» (магистратура), профиль «Социология конфликта».**

Автор: кандидат социологических наук,  
доцент кафедры социологии регионов

 Т.А. Пашкина

Программа одобрена на заседании кафедры социологии регионов от 14 апреля 2021 года, протокол №10.