

*Компонент профессиональной программы  
(программы повышения квалификации)  
«Технологии создания имиджа (имиджмейкинг)»,  
утвержденной Ректором Ю.И. Богомоловой,  
принятой на заседании Ученого совета ИМЭС  
Протокол от 29 января 2026 г. № 5*

## **Раздел 2. ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

### **2.1. Пояснительная записка**

Реализация образовательной программы направлена на совершенствование и (или) получение новой компетенции, необходимой для профессиональной деятельности, и (или) повышение профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации.

**Срок освоения программы (объем)** – общее количество часов, запланированных на весь период обучения, необходимых для освоения программы — **108** часов.

**Форма обучения** – заочная.

С учетом особенностей и образовательных потребностей слушателей возможно освоение части образовательной программы по индивидуальному плану, в порядке, предусмотренном локальными нормативными актами ИМЭС.

Образовательная деятельность осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

**Категория слушателей:** к освоению программы допускаются:

- лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование;
- лица, получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

Программа может быть реализована с применением электронного обучения и (или) дистанционных образовательных технологий (далее – ЭОиДОТ), в порядке, предусмотренном локальными нормативными актами Института.

**Форма аттестации:** при реализации программы предусмотрены текущий контроль и итоговая аттестация.

Лицам, прошедшим итоговую аттестацию, выдается удостоверение о повышении квалификации.

### **2.2. Цель и задачи программы**

**Цель** – формирование профессиональных компетенций в области технологий создания имиджа, позволяющих выполнять профессиональные задачи по созданию, управлению и продвижению имиджа с учетом специфики профессиональной среды.

**Задачи:**

- ознакомление с основными теоретическими концепциями имиджа как коммуникативно-управленческого феномена;
- выявление ключевых компонентов и структурных моделей корпоративного имиджа, а также факторов, влияющих на его формирование;
- приобретение знаний о методах моделирования и алгоритмах формирования персонального имиджа;
- формирование навыков разработки и реализации стратегий управления имиджем, учитывающих специфику профессиональной среды и современные тренды в области технологий создания имиджа;
- формирование навыка практического применения знаний в области технологий

создания имиджа и их применения в практической сфере.

### **2.3. Планируемые результаты освоения программы и описание перечня профессиональных компетенций**

В результате обучения по программе «Технологии создания имиджа (имиджмейкинг)» слушатели совершенствуют и (или) получают следующие профессиональные компетенции в соответствии с Профессиональным стандартом 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 4 августа 2014 г., N 535н:

ПК-1. Способен интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций.

ПК-2. Способен выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями.

В рамках совершенствования и (или) получения профессиональных компетенций слушатель должен:

*знать:*

- основные теоретические концепции имиджа;
- структурные модели корпоративного имиджа и их ключевые компоненты;
- методы и алгоритмы моделирования персонального и корпоративного имиджа;
- основные методы воздействия на поведение целевой аудитории и принципы успешной самопрезентации;

*уметь:*

- разрабатывать и реализовывать стратегии формирования и управления персональным и корпоративным имиджем;
- применять техники успешной профессиональной презентации и самопрезентации в различных контекстах;
- использовать методы имидж-консалтинга и спиндокторинга для улучшения имиджа организации или личности;

*владеть:*

- навыками моделирования имиджа с использованием различных технологий и инструментов;
- навыками управления и поддержания имиджа;
- способностью применять знания основ технологий создания имиджа в практической деятельности.

### **2.4. Содержание образовательной программы**

1. Имидж как коммуникативно-управленческий феномен. Понятие и структурные модели корпоративного имиджа.

2. Моделирование и алгоритм формирования персонального имиджа. Специфика формирования эффективного имиджа в профессиональной среде

3. Практические аспекты технологий создания имиджа.