

ЕЛЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. И.А. БУНИНА



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Б1.В.ДВ.02.01 Имиджевые технологии в медийном пространстве

**Направление подготовки:** 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)

**Направленность (профиль):** Цифровая и мультимедийная журналистика

**Квалификация (степень):** бакалавр

**Форма обучения:** очная

**Институт:** филологии

**Кафедра:** литературоведения и журналистики

	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
Курс	3		
Семестр/триместр	5		

Лекции	16		
Лабораторные занятия			
Практические (семинарские) занятия	32		
в т. ч. практическая подготовка	4		
Форма(ы) промежуточной аттестации			
Контроль	Зачет (5 семестр)		
Иные формы работы			
Самостоятельная работа	24		

**Всего часов: 72**

**Трудоемкость: 2 зачетных единиц.**

Разработчик(и) рабочей программы: кандидат филол. наук, доцент Н.А. Трубицина

## I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

**Цель изучения дисциплины:** формирование у студентов системы теоретических знаний и практических навыков, способствующих поиску оптимальных решений для формирования различных типов имиджа.

**Задачи изучения дисциплины:**

- изучить технологии имиджмейкинга и их использование в процессе практической деятельности в медийном пространстве;
- овладеть понятийным аппаратом и терминологией имиджеологии и имиджмейкинга;
- сформировать навыки по созданию имиджевых характеристик для различных объектов PR-воздействия;
- выработать у студентов навыки умелого использования специальной литературы, необходимой для их интеллектуального роста и приобретения полезных качеств для будущей профессиональной деятельности.

**Место дисциплины в структуре ОПОП:** реализуется в рамках части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1. Дисциплины (модули).

**Планируемые результаты обучения по дисциплине:**

Код компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-6	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- свои ресурсы и их пределы (личностные, психофизиологические, ситуативные, временные и т.д.) для успешного выполнения порученной работы;</li></ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- планировать перспективные цели деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда;</li><li>- критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а</li></ul>	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- свои ресурсы и их пределы (личностные, психофизиологические, ситуативные, временные и т.д.) для успешного выполнения порученной работы;</li></ul> <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- планировать перспективные цели деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда;</li></ul>

	<p>также относительно полученного результата; Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками реализации намеченной цели деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда;</li> <li>- навыками использования предоставляемых возможностей для приобретения новых знаний и навыков.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата;</li> </ul> <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками реализации намеченной цели деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда;</li> <li>- навыками использования предоставляемых возможностей для приобретения новых знаний и навыков.</li> </ul>
ПКС-1	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- классификацию жанров в системе журналистики;</li> <li>- современную техническую базу и новейшие цифровые технологии, применяемые в печати, на телевидении, в радиовещании, интернет-СМИ и мобильных медиа;</li> <li>- особенности работы в условиях мультимедийной среды;</li> <li>- методы и технологии подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической);</li> <li>- особенности функционирования различных мультимедийных платформ;</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах;</li> </ul>	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- классификацию жанров в системе журналистики;</li> <li>- современную техническую базу и новейшие цифровые технологии, применяемые в печати, на телевидении, в радиовещании, интернет-СМИ и мобильных медиа;</li> <li>- особенности работы в условиях мультимедийной среды;</li> <li>- методы и технологии подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической);</li> <li>- особенности функционирования различных мультимедийных платформ;</li> </ul> <p>Умеет:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать современную техническую базу и новейшие цифровые технологии, применяемые в печати, на телевидении, в радиовещании, интернет-СМИ и мобильных медиа;</li> <li>- работать в условиях мультимедийной среды;</li> <li>- применять методы и технологии подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической);</li> <li>- работать на различных мультимедийных платформах;</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками создания материалов для массмедиа в определенных жанрах;</li> <li>- навыками установки коммуникативно-информационных связей, используя различные медийные средства и новейшие технологии;</li> <li>- технологией подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической);</li> <li>- навыками работы на различных мультимедийных платформах.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах;</li> <li>- использовать современную техническую базу и новейшие цифровые технологии, применяемые в печати, на телевидении, в радиовещании, интернет-СМИ и мобильных медиа;</li> <li>- работать в условиях мультимедийной среды;</li> <li>- применять методы и технологии подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической);</li> <li>- работать на различных мультимедийных платформах;</li> </ul> <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками создания материалов для массмедиа в определенных жанрах;</li> <li>- навыками установки коммуникативно-информационных связей, используя различные медийные средства и новейшие технологии;</li> <li>- технологией подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической);</li> <li>- навыками работы на различных мультимедийных платформах.</li> </ul>
--	--	--

## II. СОДЕРЖАНИЕ И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

**с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу**

### **Очная форма обучения**

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего	Аудиторные занятия			Сам. раб.
			ЛК	ПЗ	ЛБ	
	<b>Раздел 1.</b>					
1.	Тема 1. Понятие, сущность и общая характеристика имиджа	9	2	4		3
2.	Тема 2. Роль и место имиджа в контексте PR и рекламного продвижения	9	2	4		3
3.	Тема 3. Требования к PR-компаниям	9	2	4		3
4.	Тема 4. SMM и СМИ – продвижение имиджа	9	2	4		3
5.	Тема 5. Медиапланирование и информационные риски	9	2	4		3
6.	Тема 6. Теоретические основы формирования корпоративного имиджа организации	9	2	4		3
7.	Тема 7. Интернет как виртуальная среда коммуникации. Сайт как особая форма имиджирования	9	2	4		3
8.	Тема 8. Роль СМИ в формировании образа медийной личности	9	2	4		3
	Форма отчетности	Зачет				
	Итого за 5 семестр	72	16	32		24
	в т.ч. практическая подготовка	4	2	2		
	<b>ИТОГО:</b>	<b>72</b>	<b>16</b>	<b>32</b>		<b>24</b>

**Очно-заочная форма обучения не реализуется**

**Заочная форма обучения не реализуется**

### **III. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Текущая аттестация проводится в форме контрольной работы

### **Типовой вариант контрольной работы**

#### **Вариант 1**

1. Какие категории необходимо учитывать при конструировании имиджа?
2. Дайте определение понятию "имидж".
3. Какие условия развития современного общества вызвали повышение интереса к имиджу как способу продвижения?

#### **Вариант 2**

1. Рассмотрите основные задачи PR и соотнесите их с задачами формирования имиджа.
2. Перечислите основные этапы алгоритма формирования имиджа и дайте их краткую характеристику.
3. Какие основные технологии используются в имиджевых кампаниях для формирования либо коррекции имиджа объекта?

Промежуточная аттестация обучающихся осуществляется в форме зачета, с использованием следующих оценочных материалов:

### **Вопросы к зачету (5 семестр, очная форма обучения)**

1. Какие категории необходимо учитывать при конструировании имиджа?
2. Дайте определение понятию "имидж".
3. Какие условия развития современного общества вызвали повышение интереса к имиджу как способу продвижения?
4. Кто создает имидж?
5. Перечислите основные функции имиджа.
6. Дайте определение имиджелогии.
7. Охарактеризуйте сходство и различие понятий: имиджелогия и имиджмейкинг.
8. Охарактеризуйте, какие основные компоненты включает в себя понятие "персональный имидж".
9. Дайте определение PR как особой форм социального взаимодействия.
10. Дайте определение имиджу с точки зрения PR. Соотнесите основные задачи PR и рекламы с процессом формирования различных видов имиджа.
11. Назовите ключевые инструменты PR, которые могут быть использованы при формировании имиджа различных объектов.
12. Охарактеризуйте основные подходы к типологизации имиджа.
13. Медиапланирование и информационные риски.
14. Сайт как особая форма имиджирования.
15. Роль СМИ в формировании образа медийной личности.

## **IV. ПЕРЕЧЕНЬ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **4.1. Основная литература**

1. Лысикова О.В., Лысикова Н.П. Имиджелогия и паблик рилейшнз в социокультурной сфере: учебное пособие (л) - М.: ФЛИНТА, 2019 - 168 с. – [Электронный ресурс] - <https://e.lanbook.com/book/51795> (дата обращения: 31.08.2021).

2. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд: учебное пособие для студентов вузов - Аспект Пресс, 2017 - 160 с. – [Электронный ресурс] - URL: <https://e.lanbook.com/book/97267> (дата обращения: 31.08.2021)

### **4.2. Дополнительная литература**

1. Овчинникова А.М., Шульга Н.В. Основы имиджелогии: Конспект лекций / А.М. Овчинникова, Н.В. Шульга; Омский гос. ун-т путей сообщения. Омск, 2019. 55 с. – [Электронный ресурс] -[https://www.promgups.ru/kafedra/wp-content/uploads/2019/04/Osnovy\\_imidzhelogii-1.pdf](https://www.promgups.ru/kafedra/wp-content/uploads/2019/04/Osnovy_imidzhelogii-1.pdf) (дата обращения: 31.08.2021)

2. Матвеев, А.Е. Роль PR-акций в формировании имиджа [Электронный ресурс]/ А.Е. Матвеев - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 127 с. - Режим доступа: URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142361> (Дата обращения: 31.08.2021).

## **V. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

<b>№ пп</b>	<b>Ссылка на информационный ресурс</b>	<b>Наименование разработки в электронной форме</b>	<b>Доступность</b>
1.	<a href="http://www.sostav.ru">www.sostav.ru</a>	База данных аналитических, исследовательских материалов по проблемам маркетинга и рекламы	Свободный доступ
2.	<a href="http://edu.ru/">http://edu.ru/</a>	Российское образование: Федеральный портал. Включает ссылки на порталы и сайты образовательных учреждений; государственные образовательные стандарты; нормативные документы; каталог экскурсий и обучающих программ.	Свободный доступ

## **VI. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ**

1.	<a href="http://www.biblioclub.ru">http://www.biblioclub.ru</a>	Электронно-библиотечная система (ЭБС) Университетская библиотека онлайн	Регистрация через любой университетский компьютер. В дальнейшем предоставляется неограниченный индивидуальный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет
2.	<a href="https://e.lanbook.com">https://e.lanbook.com</a>	Электронная библиотека «Лань»	Свободный доступ

## **VII. ЛИЦЕНЗИОННОЕ И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОЕ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

При реализации учебной дисциплины применяется следующее лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- Microsoft Windows;
- Microsoft Office;
- LibreOffice и др.

## **VIII. ОБОРУДОВАНИЕ И ТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ОБУЧЕНИЯ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Учебные занятия проводятся в аудиториях, укомплектованных специализированной мебелью, в том числе стационарными или переносными техническими средствами обучения (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Самостоятельная работа проводится в кабинетах, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.