

ЕЛЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. И.А. БУНИНА



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

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

(Шифр и полное название дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика
Направленность (профиль): Конвергентная 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			
Форма(ы) промежуточной аттестации			
Контроль	Зачет (5 семестр)		
Иные формы работы			
Самостоятельная работа	24		

Всего часов: 72

Трудоемкость: 2 зачетных единицы.

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 вариативной части (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">- свои ресурсы и их пределы (личностные, психофизиологические, ситуативные, временные и т.д.) для успешного выполнения порученной работы; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">- планировать перспективные цели деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда;- критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none">- навыками реализации намеченной цели деятельности с учетом условий, средств,	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none">- свои ресурсы и их пределы (личностные, психофизиологические, ситуативные, временные и т.д.) для успешного выполнения порученной работы; <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none">- планировать перспективные цели деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда;- критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата; <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none">- навыками реализации

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

	<p>подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической);</p> <ul style="list-style-type: none"> - работать на различных мультимедийных платформах; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками создания материалов для массмедиа в определенных жанрах; - навыками установки коммуникативно-информационных связей, используя различные медийные средства и новейшие технологии; - технологией подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической); - навыками работы на различных мультимедийных платформах. 	<p>мультимедийной среды;</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять методы и технологии подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической); - работать на различных мультимедийных платформах; <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками создания материалов для массмедиа в определенных жанрах; - навыками установки коммуникативно-информационных связей, используя различные медийные средства и новейшие технологии; - технологией подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической); - навыками работы на различных мультимедийных платформах.
--	--	---

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	
	Раздел 1. Понятие, сущность и общая характеристика имиджа					
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
	Раздел 2. SMM и СМИ – продвижение имиджа					
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
	<i>Форма отчетности</i>	Зачет				
	<i>Итого за семестр</i>	72	16	32		24
	в т.ч. практическая подготовка	4	2	2		
	ИТОГО:	72	16	32		24

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: 01.09.2023).

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_imidzhelologii-1.pdf (дата обращения: 01.09.2023)

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: 01.09.2023).

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

№ пп	Ссылка на информационный ресурс	Наименование разработки в электронной форме	Доступность
1.	www.sostav.ru	База данных аналитических, исследовательских материалов по проблемам маркетинга и рекламы	Свободный доступ
2.	http://edu.ru/	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.	http://www.biblioclub.ru	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.	https://e.lanbook.com	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.