



## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### Б1.В.01.ДВ.02.01 Имиджевые технологии в медийной сфере

**Направление подготовки:** 42.04.02 Журналистика (с присвоением второй квалификации 38.04.02 Менеджмент)

**Направленность (профиль):** SMM-менеджмент

**Квалификация (степень):** *магистр*

**Форма обучения:** *очная*

**Институт:** филологии и межкультурной коммуникации

**Кафедра:** русской филологии и журналистики

	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
Курс	2		
Семестр/триместр	2		

Лекции			
Лабораторные занятия			
Практические (семинарские) занятия	18		
Консультации			
Форма промежуточной аттестации	зачет		
Контроль			
Иные формы работы			
Самостоятельная работа	90		

**Всего часов:** 108

**Трудоемкость:** 3 зачетные единицы

Разработчик рабочей программы:

кандидат филологических наук, доцент М.С. Штейман

## I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

**Цель изучения дисциплины:** формирование системы знаний, умений и навыков, связанных с систематизацией знаний по основным теоретическим и практическим проблемам создания положительного имиджа в медиасреде как базы для развития универсальных компетенций и основы для развития профессиональных компетенций.

### **Задачи изучения дисциплины:**

- систематизация базового терминологического аппарата;
- знакомство с историей имиджа, его видах и специфике;
- формирование навыков управления имиджем;
- использование обучающимися эффективных технологий построения имиджа в медиа.

**Место дисциплины в структуре ОПОП:** реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1. Модуль 3 "Профильно-ориентированный"

### **Планируемые результаты обучения по дисциплине:**

Код компетенции	Индикаторы компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
<b>УК-2</b> Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	<b>Знать:</b> - методы представления и описания результатов проектной деятельности; - методы, критерии и параметры оценки результатов выполнения проекта; - принципы, методы и требования, предъявляемые к проектной работе.	<b>Знает:</b> - инструментарий проектной работы, этапы ее разработки и реализации; - формы представления проектной работы.
	<b>Уметь:</b> - формировать план-график реализации проекта в целом и план контроля его выполнения; - организовывать и координировать работу участников проекта, обеспечивать работу команды необходимыми ресурсами.	<b>Умеет:</b> - разрабатывать программу реализации проекта, корректировать ее для достижения прогнозируемых результатов.
	<b>Владеть:</b> навыками представления публично результатов проекта (или отдельных его этапов) в форме отчетов, статей, выступлений на научно-практических конференциях.	<b>Владеет:</b> - навыками публичного представления итогов проектной деятельности в форме презентаций, публикаций.

<b>ПКС-1</b> Способен осуществлять редакторскую деятельность любого уровня сложности в разных типах СМИ, включая конвергентные; направлять и координировать все этапы редакционного процесса	<b>Знать:</b> - полный цикл редакторской деятельности по созданию информационного продукта на всех медиаплатформах и в разных типах СМИ.	<b>Знает:</b> - способы отбора релевантной информации из доступных источников для создания положительного имиджа.
	<b>Уметь:</b> - координировать редакционный процесс на всех этапах создания медиапродукта, контролировать качество журналистского текста, соблюдение профессиональных этических норм.	<b>Умеет:</b> - осуществлять контроль за соблюдением профессиональных этических норм на всех этапах работы по созданию медиапродукта.
	<b>Владеть:</b> - способами организации редакторской деятельности и оптимизации действий подразделений, основами медиаменеджмента в СМИ.	<b>Владеет:</b> - навыком творческого подхода к созданию качественного медиапродукта с учетом имеющегося мирового и отечественного журналистского опыта.

## 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. Феномен имиджа: сущность, определение и смежные понятия.</b>	<b>14</b>		<b>4</b>		<b>10</b>
1.	Тема 1. История возникновения и развития технологий по созданию имиджа.	7		2		5
2.	Тема 2. Основные типы и функции имиджа.	7		2		5
	<b>Раздел 2. Инструментарий имиджелогии.</b>	<b>94</b>		<b>14</b>		<b>80</b>
3.	Тема 3. Технология конструирования индивидуального имиджа.	24		4		20
4.	Тема 4. Этапы группового имиджирования	24		4		20
5.	Тема 5. Технология формирования имиджа территории.	24		4		20

6.	Тема 6. Инструменты создания эффективного имиджа.	22		2		20
	Зачет					
	ИТОГО:	108		18		90

**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 тестирования, защиты реферата.

#### **Типовой вариант контрольной работы 2 семестр**

#### **Тестовые задания**

**1. Имидж это:**

1. Эмоционально окрашенный публичный образ кого-либо (чего-либо), принимающий форму социального стереотипа;
2. Стиль жизни;
3. Представление о желаемом образе для улучшения жизнедеятельности.

**2. Обаятельный человек – это тот, которому свойственны:**

1. Хитрость, коварство, угодничество, уступчивость и др.;
2. Неординарность, остроумие, выразительность, внимательность и др.;
3. Решительность, манипулятивность, простодушие и др.

**3. К гендерным стереотипам можно отнести такое положение:**

1. Мужчины имеют право на неконтролируемое поведение;
2. Умная женщина несчастлива в личной жизни;
3. Мужчины не плачут

**4. К возрастным стереотипам можно отнести такое положение:**

1. Пожилые люди – консерваторы;
2. Молодежь настроена на усердную работу;
3. Японцы трудолюбивы.

**5. Самопрезентация – это умение сконцентрировать внимание окружающих на:**

1. Демонстрации вашей учености и образованности;
2. Ваших несомненных достоинствах и увести внимание партнеров от ваших недостатков;
3. Демонстрации окружающим вашего несомненного превосходства над ними.

**6. Compliment – это:**

1. Положительная оценка качеств собеседника;
2. Небольшое преувеличение достоинств собеседника;
3. Чрезмерное преувеличение качеств собеседника.

**7. Синий цвет чаще всего ассоциируется:**

1. С активностью;
2. С покоем и отдыхом;

3.С повышенным возбуждением.

**8. Эффект бумеранга показывает, что:**

- 1.Человек выглядит более привлекательным на фоне позитивных событий;
- 2.Люди склонны относиться к человеку так, как он относится к ним;
- 3.То, что повторяется, воспринимается как близкое, привычное, вызывающее доверие.

**9.Тонкие губы человека, как правило, говорят о его:**

- 1.Нерешительности и слабой воле;
- 2.Эмоциональной холодности и щепетильности;
- 3.Доброжелательности и приветливости.

**10. Наличие в подписи человека росчерка обычно указывает на его:**

- 1.Целеустремленность;
- 2.Великодушие;
- 3.Эгоистичность.

**11. Беззвучный смех человека, как правило, указывает на его:**

- 1.Неуравновешенность;
- 2.Расчетливость, осторожность, повышенную скрытность;
- 3.Тревожность и мнительность.

**12. По субъекту выделяют такой вид имиджа как:**

- 1.Групповой;
- 2.Опосредованный;
- 3.Привлекательный.

**13. Эффективный имидж – это представление о человеке, позволяющее:**

- 1.Улучшать профессиональные результаты;
- 2.Определить его национальность;
- 3.Скрыть информацию о себе.

**14. К внешнему виду можно отнести:**

- 1.Манеры поведения и речь;
- 2.Репутацию;
- 3.Профессионально-важные качества.

**15. К социально-ролевым характеристикам можно отнести:**

- 1.Запах;
- 2.Репутацию;
- 3.Личную символику.

**16. К индивидуально-личностным свойствам можно отнести:**

- 1.Базовые ценности;
- 2.Репутацию;
- 3.Взгляд и мимику.

**17. К глубинным характеристикам имиджа относится:**

- 1.Сексуальность;
- 2.Универсальность;
- 3.Амплуа.

**18. К имиджевому эффекту можно отнести:**

- 1.Привлекательность;
- 2.Яркость;
- 3.Эталонность.

**19. К основным требованиям формирования эффективного имиджа относится:**

- 1.Управляемость;
- 2.Популярность;
- 3.Экспрессивность.

**20. Одним из действенных способов построения имиджа является:**

1. Техника возвышения имиджа;
2. Техника доминирования;
3. Техника подавления конкурента.

**21. PR – расшифровывается как:**

1. PageRank;
2. Public Relations.

**22. Известность компании, продукта или бренда называется:**

1. Паблицити;
2. Востребованность;
3. Популярность.

**23. Распространенное в общественном мнении предвзятое представление о чём-либо – это:**

1. Стереотип;
2. Миф;
3. Домысел.

**24. Совокупность всех работников предприятия, занятых трудовой деятельностью, а также состоящих на балансе (входящих в штатный состав), но временно не работающих в связи с различными причинами – это:**

1. Коллектив;
2. Штат;
3. Персонал.

**25. Образ организации, существующий в сознании людей:**

1. Имидж;
2. Бренд;
3. Логотип.

**26. Специалист, который входит в средний и высший руководящий состав фирмы:**

1. Менеджер;
2. Работник;
3. Сотрудник.

**27. Представление об окружающей действительности – это:**

1. Иллюзия;
2. Видение;
3. Стереотип.

**28. Информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания – это:**

1. Пиар;
2. Мониторинг;
3. Реклама.

**29. Субъект, использующий некоторые услуги:**

1. Клиент;
2. Арендодатель;
3. Наниматель.

**30. Неповторимая совокупность признаков, присущих отдельному организму, отличающих его от всех других, принадлежащих к тому же виду – это:**

1. Индивидуальность;
2. Имидж;
3. Субъективность.

**Примерная тематика рефератов**

1. Формирование представлений об имидже в культуре XXI века (обзор СМИ).
2. Роль корпоративной культуры в формировании имиджа фирмы (анализ конкретного примера).
3. Роль PR в построении позитивного корпоративного имиджа (анализ конкретного примера).
4. Имидж женщины-политика в СМИ (анализ конкретного примера).
5. Социальный имидж организации (анализ конкретного примера).
6. Социокультурные составляющие имиджа современного российского города: архитектура, история, символика, реклама, организация пространства, экология и т.п. (по выбору).
7. Имидж специализированного издания (по выбору).
8. Имидж вуза (на примере конкретного учебного заведения).
9. Технология конструирования индивидуального имиджа политика (по выбору).
10. Технология формирования имиджа территории (по выбору).
11. Технология конструирования индивидуального имиджа телеведущего (по выбору).
12. Стратегии восстановления имиджа (анализ конкретного примера).
13. Имиджевые функции корпоративных СМИ (по выбору).

Промежуточная аттестация обучающихся осуществляется в форме экзамена с использованием следующих оценочных материалов: ***перечня вопросов к экзамену.***

1. Понятие имиджа и предмет имиджологии.
2. Сущность и природа имиджа с точки зрения отечественных и зарубежных исследователей.
3. Направления деятельности имиджмейкера в современной культуре.
4. Технологии построения эффективного имиджа.
5. Методика работы имиджмейкера с клиентом.
6. Формирование имиджа публичной персоны.
7. Построение имиджа семьи.
8. Составляющие имиджа фирмы, организации.
9. Имидж бренда.
10. Маркетинг территорий.
11. Имидж делового человека. Проблемы формирования и поддержания персонального имиджа в бизнес-среде.
12. Структура имиджа. Типология имиджей.

13. Функции персонального имиджа.
14. Социальная ответственность корпораций и корпоративных СМИ.

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

##### **4.1. Основная литература**

1. Китчен Ф. Паблик рилейшнз: учебное пособие Издатель: Юнити-Дана, 2015 [Электронный ресурс].  
URL:[http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=114546&sr=1](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114546&sr=1)(дата обращения 09.10.2023).
2. Связи с общественностью. Составление документов: Теория и практика: учебное пособие / под ред. Л.В. Минаева. - 2-е изд., доп. и перераб. - М.: Аспект Пресс, 2012. - 319 с. - ISBN 978-5-7567-0642-0; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104323> (дата обращения 08.08.2023).

##### **4.2. Дополнительная литература**

1. Савруцкая, Е.П. Связи с общественностью: Вводный курс: учебное пособие / Е.П. Савруцкая. - 2-е изд., доп. и перераб. – М.: Директ-Медиа, 2014. - 239 с. - ISBN 978-5-4458-8839-0; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=236119> (дата обращения 08.08.2023).
2. Чернышева, Т.Л. Связи с общественностью (PR): учебное пособие / Т.Л. Чернышева. - Новосибирск: НГТУ, 2012. - 140 с. - ISBN 978-5-7782-2163-5; То же [Электронный ресурс]. - URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228940> (дата обращения 08.08.2023).

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

№ пп	Ссылка на информационный ресурс	Наименование разработки в электронной форме	Доступность
1.	<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	Свободный доступ

2.	<a href="http://window.edu.ru/library">http://window.edu.ru/library</a>	экскурсий и обучающих программ. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»	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="http://urait.ru">http://urait.ru</a>	Юрайт – образовательная платформа. Электронная библиотека и интернет-магазин образовательной литературы	Регистрация через любой университетский компьютер. В дальнейшем предоставляется неограниченный индивидуальный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет.
3	<a href="http://www.iprbookshop.ru">http://www.iprbookshop.ru</a>	Электронно-библиотечная система (ЭБС) IPRbooks	Регистрация через любой университетский компьютер. В дальнейшем предоставляется неограниченный индивидуальный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет.

4.	<a href="http://www.elibrary.ru">www.elibrary.ru</a>	Российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования	Свободный доступ
5.	<a href="http://www.garant.ru">www.garant.ru</a>	Информационно-правовой портал	Свободный доступ
6.	<a href="http://www.consultant.ru">www.consultant.ru</a>	Российская компьютерная справочно-правовая система	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.

## **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.