

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

**ИНСТИТУТ МАССМЕДИА И РЕКЛАМЫ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ**

Кафедра телевизионных, радио- и интернет технологий

ИМИДЖЕВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МЕДИЙНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Направление подготовки 42.03.02 - Журналистика

Направленность (профиль)- Мультимедийная журналистика и
современные медиатехнологии

Уровень квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, заочная

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2022

ИМИДЖЕВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МЕДИЙНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Рабочая программа дисциплины

Составитель: Доктор педагогических наук, кандидат искусствоведения, профессор,
А.И. Савостьянов

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры ТРИТ

№ 2 от 28.03.2022

ОГЛАВЛЕНИЕ

- 1 Пояснительная записка**
 - 1.1 Цель и задачи дисциплины
 - 1.2 Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине
 - 1.3 Место дисциплины в структуре образовательной программы
- 2 Структура дисциплины**
- 3 Содержание дисциплины**
- 4 Образовательные технологии**
- 5 Оценка планируемых результатов обучения**
 - 5.1 Система оценивания
 - 5.2 Критерии выставления оценок
 - 5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
- 6 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**
 - 6.1 Список источников и литературы
 - 6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
- 7 Материально-техническое обеспечение дисциплины**
- 8 Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья**
- 9 Методические материалы**
 - 9.1 Планы практических (семинарских, лабораторных) занятий
 - 9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ
 - 9.3 Иные материалы
- Приложения**
 - Приложение 1. Аннотация дисциплины

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1.1 Цели и задачи дисциплины

Дисциплина «Имиджевые технологии в медийном пространстве» входит в состав вариативной части учебного плана бакалавриата по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика

Цель сформировать у студентов комплексное понимание принципов и норм имиджелогии в контексте журналистской деятельности, а также дать общее представление о механизмах создания привлекательного имиджа.

Задачи дисциплины:

- познакомить студентов с исходными понятиями имиджелогии, приоритетными функциями имиджа, его типами и теоретическими принципами имиджирования;
- определить специфику формирования имиджа;
- изучить методы выстраивания модели достойного поведения, адекватные жизненным ситуациям.
- раскрыть современные технологии воздействия

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК-3. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-3.1. Осуществляет поиск темы и выявляет существующую проблему	Знать: основы формирования имиджа как важного компонента PR-деятельности. Уметь: использовать знания основ имиджелогии для формирования и поддержания своего профессионального имиджа и корпоративного имиджа СМИ. Владеть: навыками формирования и корректирования имиджа журналиста;
	ПК-3.2. Проверяет достоверность полученной информации, разграничивает факты и мнения	Знать: основные слагаемые имиджа журналиста Уметь: анализировать пути создания имиджа на конкретном примере Владеть: приемами и методиками самосовершенствования для успешной профессиональной деятельности;
	ПК-3.3. Готовит к публикации журналистский текст (или) продукт с учетом требований	Знать: основные технологии формирования в общественном или индивидуальном сознании образа журналиста; Уметь: формировать

	редакции СМИ или другого медиа	профессиональный имидж с учетом компонентов профессионального мастерства. Владеть: способами продвижения имиджа как медиапродукта
--	--------------------------------	---

1.3 Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина «Имиджевые технологии в медийном пространстве» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана студентов. Изучение дисциплины базируется на знаниях, умениях и компетенциях студентов, полученных при освоении дисциплин «Психология журналистики», «Технологии работы с социальными медиа», «Основы профессиональной деятельности».

Умения и компетенции, полученные студентами в процессе освоения данной дисциплины необходимы для дальнейшего изучения таких дисциплин как: «Журналистика глазами журналиста», «Современная медиаречь», «Взаимодействие служб по связям с общественностью и мультимедийного журналиста», «Преддипломная практика».

2. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часов.

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
8	Лекции	10
	Практические занятия	32
Всего:		42

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 66 академических часов, включая 18 ч. на подготовку к промежуточной аттестации.

Структура дисциплины для заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Курс	Тип учебных занятий	Количество часов
5	Практические занятия	8
Всего:		8

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 100 академических часов, включая 9 ч. на подготовку к промежуточной аттестации.

3. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Имиджелогия как наука	Развитие имиджелогии как науки. Структура имиджа и основные факторы, влияющие на формирование имиджа
2	Практические аспекты формирования имиджа журналиста	Имидж делового человека. Структура личностного имиджа и эффекты его восприятия. Основные ошибки восприятия и искажения применимые к имиджелогии. Технологии управления имиджем. Проектирование имиджа. Создание вербального и кинетического имиджей. Речевые средства общения. Слушание в межличностном общении. Эмпатическое слушание. Нереплексивное слушание. Активное рефлексивное слушание. Визуальный имидж человека. Особенности гардероба мужчин и женщин и стратегии успеха. Деловой костюм мужчины. Внешний облик деловых женщин. Основные элементы эффективного имиджа делового человека. Техники создания положительного визуального образа. Выбор деловой одежды.
3	Стратегия формирования делового имиджа.	Умение использовать время. Стратегии самосовершенствования и управления собой. Гигиена здоровья и профилактика утомляемости. Продвижение и позиционирование личностного имиджа. Паблик рилейшнз (PR-деятельность). Формы и виды коммуникативных презентаций. Презентационные речи для успешного имиджа. Публичная презентация для продвижения имиджа. Виды презентаций. Структура и содержание презентации
4	Цвет и стиль в формировании имиджа	Цветные правила: теория цвета, характеристики цвета, цветовые взаимодействия, композиция костюмного ансамбля, теория цвета «времена года», подбор своей цветовой палитры: алгоритм тестирования.
5	Деловой имидж журналиста.	Деловой имидж: закономерности его восприятия. Когнитивные закономерности восприятия делового имиджа. Эмоциональные элементы в восприятии имиджа. Барьеры в процессе восприятия образов журналистов. Роль внешнего облика журналиста в восприятии его имиджа. Значение имиджа журналиста для деятельности СМИ которое он представляет. Технология

		работы над образом. Внутренняя работа над образом. Имиджевая проективная методика. Методика личностной идентичности. Имиджевая трансформация. Методика имиджевой активизации.
6	Создание стратегии имиджевой кампании	Алгоритм разработки стратегии имиджевой кампании. Определение и требования к составлению плана для имиджевой кампании. Основные проблемы, связанные с оценкой имиджа журналиста в профессиональной среде. Факторы, влияющие на эффективность имиджевой кампании.

4. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

№ п/п	Наименование темы	Виды учебной работы	Образовательные технологии
1	Имиджелогия как наука	Лекция 1 Практические занятия 1-2 Самостоятельная работа	Развернутая беседа Консультирование
2	Практические аспекты формирования имиджа журналиста	Практические занятия 3-4 Самостоятельная работа	Лекция-визуализация с применением презентации. Развернутая беседа Консультирование
3	Стратегия формирования делового имиджа.	Лекция 2 Практические занятия 5-7 Самостоятельная работа	Лекция-визуализация с применением презентации. Развернутая беседа. Консультирование
4	Цвет и стиль в формировании имиджа	Лекция 3 Практические занятия 8-10 Самостоятельная работа	Лекция-визуализация с применением презентации. Развернутая беседа. Консультирование
5	Деловой имидж журналиста.	Лекция 4 Практические занятия 11-13 Самостоятельная работа	Лекция-визуализация с применением презентации. Развернутая беседа. Консультирование
6	Создание стратегии имиджевой кампании	Лекция 5 Практические занятия 14-16 Самостоятельная работа	Лекция-визуализация с применением презентации. Развернутая беседа. Консультирование

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ. для организации учебного процесса с применением электронного

обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

5. ОЦЕНКА ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- эссе	30 баллов	30 баллов
- творческое задание	30 баллов	30 баллов
Промежуточная аттестация (экзамен)		40 баллов
Итого за семестр		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	Отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	Хорошо		C
56 – 67	Удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	Неудовлетворительно		не зачтено
0 – 19		F	

5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ А, В	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ С	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D, E	«удовлетворительно»/ «зачтено (удовлетворительно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Оценочные материалы для текущего контроля успеваемости по дисциплине

Примерные темы эссе (ПК-3.1,3.2,3.3):

1. Инструментарий и средства формирования имиджа журналиста.
2. Влияние внешних факторов на имидж журналиста.
3. Имидж и профессионализм журналиста.
4. Понятие имиджа, его социально-психологическая природа.
5. Этапы и стадии формирования имиджа.
6. Роль имиджа в современном обществе.
7. Психологическая характеристика стилей одежды.
8. Социокультурные особенности восприятия имиджа журналиста
9. Диагностика и мониторинг имиджа
10. Тело, лицо, поведение человека как объект его имиджа

Критерии оценки эссе:

26-30 баллов - Продемонстрирован высокий уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа полностью соответствует требованиям профессиональной деятельности. Отличная способность применять имеющиеся знания и умения для решения

практических задач. Высокий уровень креативности, самостоятельности. Соответствие выбранных методов поставленным задачам.

20-25- баллов - Продемонстрирован средний уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа в основном соответствует требованиям профессиональной деятельности. Хорошая способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Средний уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы в целом соответствуют поставленным задачам.

10-19 баллов - Продемонстрирован низкий уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа частично соответствует требованиям профессиональной деятельности. Удовлетворительная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Низкий уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы частично соответствуют поставленным задачам.

0-9 баллов- Продемонстрирован неудовлетворительный уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа не соответствует требованиям профессиональной деятельности. Неудовлетворительная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Недостаточный уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы не соответствуют поставленным задачам.

Творческое задание (ПК-3.1,3.2,3.3): - "Персонаж". Задание заключается во всестороннем описании журналиста-персонажа кинофильма, романа или любого другого художественного произведения. Основные параметры, которые должны быть раскрыты: история развития персонажа (на сколько это возможно проследить), основные вехи карьеры, профессиональный стиль работы, особенности имиджа. Также при ответе необходимо раскрыть два вопроса: 1. Какими качествами характера, особенностями имиджа, профессиональными навыками персонажа я бы хотел обладать? 2. Какие вопросы я бы задал этому персонажу во время интервью? Творческое задание может быть представлено в виде доклада.

Критерии оценки творческого задания:

26-30 баллов - Продемонстрирован высокий уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа полностью соответствует требованиям профессиональной деятельности. Отличная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Высокий уровень креативности, самостоятельности. Соответствие выбранных методов поставленным задачам.

20-25- баллов - Продемонстрирован средний уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа в основном соответствует требованиям профессиональной деятельности. Хорошая способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Средний уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы в целом соответствуют поставленным задачам.

10-19 баллов - Продемонстрирован низкий уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа частично соответствует требованиям профессиональной деятельности. Удовлетворительная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Низкий уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы частично соответствуют поставленным задачам.

0-9 баллов- Продемонстрирован неудовлетворительный уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа не соответствует требованиям профессиональной деятельности. Неудовлетворительная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Недостаточный уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы не соответствуют поставленным задачам.

Оценочные материалы для промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (экзамен) (ПК-3.1,3.2,3.3)

1. Критерии выбора модели поведения журналиста.
2. Социумы общения и деловая сфера журналиста.
3. Психологическое средство восприятия журналиста.
4. Смысл общения и стратегия общения журналиста.
5. Биоэнергетика имиджа.
6. Имидж социальной нормы для российской молодёжи.
7. Социально-психологическая совместимость как составляющая имиджа личности.
8. Внутренний имидж сотрудников в общей системе имиджа организации (Журналисты и СМИ).
9. Значение имиджа для успешного создания карьеры журналиста.
10. Выбор методик оценки журналистов как косвенный фактор влияния на формирование положительного имиджа теле- радио- компании.
11. Имидж управленца СМИ нового типа.
12. Фактор имиджа в деятельности руководителя средства массовой информации.
13. Роль творческого потенциала личности в формировании индивидуального имиджа журналиста.
14. Социологические исследования как инструмент для выявления электоральных предпочтений в процессе формирования имиджа СМИ.
15. Тренинг эффективной самопрезентации для представителей коммуникативных профессий.

Критерии оценки ответа:

35-40 баллов – оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем

не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы

29-34 баллов - оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос

20-28 баллов - оценка соответствует пороговому уровню и выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, демонстрирует недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала.

0-20 баллов - оценка выставляется обучающемуся, который не достигает порогового уровня, демонстрирует непонимание проблемы, не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Список источников и литературы

Источники:

1. Закон Российской Федерации от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» (действующая редакция от 18.04.2018). Официальный сайт компании «Консультант Плюс» (Электронный ресурс) Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511

Литература

Основная:

1. Семенова, Л. М. Имиджмейкинг : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 141 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11004-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456584>
2. В творческой лаборатории журналиста : учебно-практическое пособие для студентов вузов / сост. и общ. ред. В. М. Кривошеева. - 2-е изд., стереотип. - Москва : Логос, 2020. - 192 с. - ISBN 978-5-98704-576-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1211600>.
3. Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа : учебник для вузов / Т. В. Литвина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 181 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10964-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454518>

Дополнительная

1. Мисонжников, Б. Я. Введение в профессию: журналистика : учебное пособие для вузов / Б. Я. Мисонжников, А. Н. Тепляшина. — 3-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 190 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10439-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456349>
2. Колесниченко, А. В. Основы журналистской деятельности : учебное пособие для вузов / А. В. Колесниченко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 341 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05559-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454687>

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru

ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru

Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru

Cambridge University Press

ProQuest Dissertation & Theses Global

SAGE Journals

Taylor and Francis

JSTOR

6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Материально-техническое обеспечение дисциплины базируется на ресурсах любого класса, укомплектованного мультимедийным проектором, компьютером и экраном, доской.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office
3. Adobe Master Collection

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
 - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.
- для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
 - для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
 - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
 - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
 - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
 - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
 - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
 - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

9.1. Планы практических занятий.

№ 1 (4 ч.) Имиджелогия как наука.

Цель занятия – изучить динамику развития имиджелогии как науки.

Форма проведения – дискуссия.

Вопросы для обсуждения:

- Основные этапы развития имиджологии как науки.
- Опишите структуру имиджа личности.
- Раскройте структуру имиджа и основные факторы, влияющие на формирование имиджа.
- Кто из журналистов имеет на ваш взгляд наиболее ярко выраженный публичный имидж?

Контрольные вопросы:

- Основные этапы развития имиджологии как науки.
- Имидж журналиста и имидж политика, основные отличия.

Список литературы:

1. Семенова, Л. М. Имиджмейкинг : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 141 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11004-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456584>
2. В творческой лаборатории журналиста : учебно-практическое пособие для студентов вузов / сост. и общ. ред. В. М. Кривошеева. - 2-е изд., стереотип. - Москва : Логос, 2020. - 192 с. - ISBN 978-5-98704-576-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1211600> .
3. Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа : учебник для вузов / Т. В. Литвина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 181 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10964-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454518>

№ 2. (4 ч.) Практические аспекты формирования имиджа

Цель – научить студентов определять основные аспекты формирования имиджа журналиста.
 Форма проведения – развернутая беседа с обсуждением характеристик имиджа журналистов.

Вопросы для обсуждения:

Имидж делового человека.

- Структура личностного имиджа и эффекты его восприятия.
- Основные ошибки восприятия и искажения применимые к имиджеологии.
- Технологии управления имиджем.
- Проектирование имиджа.

Контрольные вопросы:

- Визуальный имидж человека.
- Особенности гардероба мужчин и женщин и стратегии успеха.
- Деловой костюм мужчины и внешний облик деловых женщин.
- Основные элементы эффективного имиджа делового человека.
- Техники создания положительного визуального образа.

- Выбор деловой одежды.

Список литературы:

1. Семенова, Л. М. Имиджмейкинг : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 141 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11004-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456584>
2. В творческой лаборатории журналиста : учебно-практическое пособие для студентов вузов / сост. и общ. ред. В. М. Кривошеева. - 2-е изд., стереотип. - Москва : Логос, 2020. - 192 с. - ISBN 978-5-98704-576-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1211600> .
3. Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа : учебник для вузов / Т. В. Литвина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 181 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10964-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454518>

№ 3. (6 ч.) Стратегия формирования делового имиджа.

Цель: Изучить основы стратегии формирования делового имиджа. Исследовать особенности имиджелогии.

Форма проведения – дискуссия, обсуждения выступлений-презентаций.

Вопросы для обсуждения:

- Основные характеристики делового человека.
 - Влияет ли на имидж умение использовать время.
 - Стратегии самосовершенствования и управления собой.
 - Продвижение и позиционирование личностного имиджа.
 - Инструменты публичных отношений (PR-деятельность) в процессе формирования имиджа.
- Формы и виды коммуникативных презентаций.

Контрольные вопросы:

- Раскройте понятие «деловой имидж».
- Подготовьте презентационные речи для успешного имиджа.
- Основы публичной презентации для продвижения имиджа.
- Виды презентаций. Структура и содержание презентации.

Список литературы:

1. Семенова, Л. М. Имиджмейкинг : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 141 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11004-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456584>
2. В творческой лаборатории журналиста : учебно-практическое пособие для студентов вузов / сост. и общ. ред. В. М. Кривошеева. - 2-е изд., стереотип. - Москва : Логос, 2020. - 192 с. -

ISBN 978-5-98704-576-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1211600> .

3. Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа : учебник для вузов / Т. В. Литвина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 181 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10964-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454518>

№ 4. (6 ч.) Цвет и стиль в формировании имиджа.

Цель – изучить цветовые правила и цветовые взаимодействия. Форма проведения – дискуссия. Рубежный контроль (терминология, определения).

Вопросы для обсуждения:

1.1 - Цвет и стиль в формировании имиджа.

- Цветные правила: теория цвета, характеристики цвета, цветовые взаимодействия, композиция костюмного ансамбля, теория цвета «времена года», подбор своей цветовой палитры: алгоритм тестирования.

Контрольные вопросы:

- дайте описание цветового решениям в создании образа. Характеристики цвета:
- Красный цвет: основные ассоциации; деловая палитра красного; красный в будни, вечером и круглый год; красные украшения.
- Оранжевый цвет: персональный оранжевый и тональная основа; основные ассоциации оранжевого цвета; оранжевый в бизнесе; оранжевый в будни, вечером и круглый год; оранжевые украшения.
- Желтый цвет: персональный желтый; основные ассоциации желтого цвета; желтый в бизнесе; желтый в будни, вечером и круглый год; желтые украшения.
- Зеленый цвет: персональный зеленый; основные ассоциации зеленого цвета; деловая палитра зеленого; зеленый в будни, вечером и круглый год; зеленые украшения.
- Синий цвет: персональный синий; основные ассоциации синего цвета; синий в бизнесе; синий в будни, вечером и круглый год; синие украшения.
- Фиолетовый цвет: персональный фиолетовый; основные ассоциации фиолетового цвета; деловая палитра фиолетового; фиолетовый в будни, вечером и круглый год; фиолетовые украшения.
- Черный, белый и серый: персональная ахроматика; основные ассоциации ахроматики; ахроматика в бизнесе; ахроматика в будни, вечером и круглый год; черно-белые украшения.

Список литературы:

1. Семенова, Л. М. Имиджмейкинг : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 141 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11004-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456584>
2. В творческой лаборатории журналиста : учебно-практическое пособие для студентов вузов / сост. и общ. ред. В. М. Кривошеева. - 2-е изд., стереотип. - Москва : Логос, 2020. - 192 с. - ISBN 978-5-98704-576-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1211600> .
3. Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа : учебник для вузов / Т. В. Литвина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 181 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10964-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454518>

№ 5. (6 ч.) Деловой имидж журналиста.

Цель – Когнитивные закономерности восприятия делового имиджа.

Форма проведения – дискуссия, выступление-презентация.

Вопросы для обсуждения:

- описать деловой имидж журналиста, выявить закономерности его восприятия.
- Эмоциональные элементы в восприятии имиджа.
- Барьеры в процессе восприятия образов журналистов.
- Роль внешнего облика журналиста в восприятии его имиджа.

Контрольные вопросы:

- Значение имиджа журналиста для деятельности СМИ которое он представляет.
- Технология работы над образом. Внутренняя работа над образом.
- Имиджевая проективная методика.
- Методика личностной идентичности.
- Имиджевая трансформация.
- Методика имиджевой активизации.

Список литературы:

1. Семенова, Л. М. Имиджмейкинг : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 141 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11004-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456584>
2. В творческой лаборатории журналиста : учебно-практическое пособие для студентов вузов / сост. и общ. ред. В. М. Кривошеева. - 2-е изд., стереотип. - Москва : Логос, 2020. - 192 с. - ISBN 978-5-98704-576-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1211600> .

3. Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа : учебник для вузов / Т. В. Литвина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 181 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10964-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454518>

№ 6 (6 ч.) Создание стратегии имиджевой кампании.

Цель: Рассмотреть общий алгоритм разработки стратегии имиджевой кампании. *Вопросы для обсуждения:*

- дайте определение и требования к составлению плана для имиджевой кампании., - назовите основные проблемы, связанные с оценкой имиджа журналиста в профессиональной среде.

Контрольные вопросы:

- Какие факторы, влияют на эффективность имиджевой кампании.
- Опишите основные характеристики имиджа конкретного журналиста и его аудиторию.
- Какие показатели имиджа оказывают наиболее яркое воздействие на аудиторию.

Задание: Исследование имиджа наиболее ярких представителей СМИ.

Подготовить кейсы (примеры).

Список литературы:

1. Семенова, Л. М. Имиджмейкинг : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 141 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11004-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456584>
2. В творческой лаборатории журналиста : учебно-практическое пособие для студентов вузов / сост. и общ. ред. В. М. Кривошеева. - 2-е изд., стереотип. - Москва : Логос, 2020. - 192 с. - ISBN 978-5-98704-576-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1211600> .
3. Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа : учебник для вузов / Т. В. Литвина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 181 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10964-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454518>

9.2. Методические рекомендации по подготовке контрольных заданий

Методические указания по написанию эссе

Эссе является результатом индивидуальной самостоятельной письменной работы студента на одну из предложенных тем. Цель написания эссе – развитие навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. В

эссе важны четкость, ясность и грамотность формулировок; умение структурировать информацию, выделять причинно-следственные связи, применять аналитический инструментарий, иллюстрировать суждения соответствующими примерами, аргументировать свои выводы.

Написание эссе – это ответ на вопрос, который основан на классической системе доказательств. Для написания эссе рекомендуется использовать учебную, научную и специальную научно-практическую литературу.

Эссе состоит из следующих частей: введение; основная часть; заключение.

- Во введение дается обоснование выбора данной темы и направления ее детализации, что достигается правильно сформулированными задачами, которые целесообразно раскрыть при построении эссе.

- В основной части раскрываются теоретические основы изучаемой проблемы, и дается ответ на основной вопрос эссе. Подготовка этой части эссе предполагает развитие навыков аргументации и анализа, обоснование выводов и положений, исходя из имеющихся данных, других аргументов и позиций по изучаемому вопросу. В этом состоит основное содержание эссе и это представляет собой главную трудность. Для четкости и формализации основной части эссе следует использовать подзаголовки (разделы аргументации), т.к. именно структура основной части является обоснованием предлагаемой системы аргументации, иллюстрирует применяемые методы анализа. При необходимости в качестве аналитического инструмента можно использовать графики, диаграммы и таблицы.

- Большую часть эссе должен составлять самостоятельный авторский текст, опирающийся на изученную студентом литературу и его собственное видение проблемы. В то же время, при написании эссе бывает целесообразно приводить соответствующие цитаты из используемых публикаций. Цитаты обычно применяются при необходимости подчеркнуть оценку той или иной проблемы определенным автором.

- В заключении обобщаются выводы по теме с указанием области ее применения.
- Общий объем эссе: максимально - 5 страниц машинописного текста формата А-

4

Рекомендации по подготовки доклада

Доклад является одной из форм исследовательской работы студентов, также формой текущей аттестации студентов.

Задачей подготовки доклада является:

- Развитие умения отбора и систематизации материала по заданной теме;
- Формирование умения представления своей работы в аудитории.

Процесс подготовки доклада включает в себя несколько этапов:

- Составление плана работы.
- Подбор литературы по выбранной теме.
- Написание содержательной части доклада.
- Подготовка выводов по проделанной работе.

Объем работы должен составлять не более 10 страниц, 14 шрифт TimesNewRoman, через 1,5 интервала.

Оформление работы:

Титульный лист.

Введение (отражается актуальность выбранной темы доклада).

Основная содержательная часть.

Заключение (должны быть сформулированы общие выводы по основной теме, отражено собственное отношение к проблемной ситуации).

Список использованной литературы.

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Имиджевые технологии в медийном пространстве» реализуется кафедрой телевизионных, радио- и интернет технологий факультета журналистики Института Массмедиа и рекламы РГГУ.

Цель сформировать у студентов комплексное понимание принципов и норм имиджелогии в контексте журналистской деятельности, а также дать общее представление о механизмах создания привлекательного имиджа.

Задачи дисциплины:

- познакомить студентов с исходными понятиями имиджелогии, приоритетными функциями имиджа, его типами и теоретическими принципами имиджирования;
- определить специфику формирования имиджа;
- изучить методы выстраивания модели достойного поведения, адекватные жизненным ситуациям.
- раскрыть современные технологии воздействия

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ПК-3. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

Знать: основы формирования имиджа как важного компонента PR-деятельности; основные слагаемые имиджа журналиста; основные технологии формирования в общественном или индивидуальном сознании образа журналиста;

Уметь: использовать знания основ имиджелогии для формирования и поддержания своего профессионального имиджа и корпоративного имиджа СМИ; анализировать пути создания имиджа на конкретном примере; формировать профессиональный имидж с учетом компонентов профессионального мастерства.

Владеть: навыками формирования и корректирования имиджа журналиста; способами продвижения имиджа как медиапродукта; приемами и методиками самосовершенствования для успешной профессиональной деятельности;

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы.