

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
Факультет филологии и журналистики
Кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ:
Декан факультета



С. С. Худяков
«04» июля 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.В.12 Имиджмейкинг в профессиональной деятельности

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль/направленность/специализация: Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах

Уровень высшего образования: бакалавриат

Квалификация: Бакалавр

год набора: 2022

Тамбов, 2022

Автор программы:

Кандидат филологических наук, доцент Видная Ольга Евгеньевна

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) (приказ Министерства образования и науки РФ от «08» июня 2017 г. № 512).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью «20» июня 2022 г. Протокол № 10

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Факультета филологии и журналистики, Протокол от «04» июля 2022 г. № 12.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавра.....	4
3. Объем и содержание дисциплины.....	5
4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства.....	8
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	13
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	15
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	16

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-2 Способен участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации

1.2 Типы задач профессиональной деятельности, к которым готовятся обучающиеся в рамках освоения дисциплины:

- авторский

1.3 Дисциплина ориентирована на подготовку обучающихся к профессиональной деятельности в сфере: 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы)

1.4 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы:

Обобщенные трудовые функции / трудовые функции / трудовые или профессиональные действия (при наличии профстандарта)	Код и наименование компетенции ФГОС ВО, необходимой для формирования трудового или профессионального действия	Индикаторы достижения компетенций
	ПК-2 Способен участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	Обеспечивает создание внутренней и внешней коммуникации при формировании различных типов имиджа

1.5 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

ПК-2 Способен участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения							
		Очная (семестр)				Заочная (семестр)			
		5	6	7	8	5	6	7	8
1	Основы взаимодействия со СМИ и технология конструирования контента			+				+	
2	Профессионально-творческая практика		+		+		+		+
3	Теория и практика связей с общественностью	+				+			

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата:

Дисциплина «Имиджмейкинг в профессиональной деятельности» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана ОП по направлению подготовки 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина «Имиджмейкинг в профессиональной деятельности» изучается в 7 семестре.

3.Объем и содержание дисциплины

3.1.Объем дисциплины: 3 з.е.

Заочная: 3 з.е.

Вид учебной работы	Очная (всего часов)	Заочная (всего часов)
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108
Контактная работа	48	14
Лекции (Лекции)	16	6
Практические (Практ. раб.)	32	8
Самостоятельная работа (СР)	60	90
Зачет	-	4

3.2.Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.						Формы текущего контроля
		Лекции		Практ. раб.		СР		
		О	З	О	З	О	З	
7 семестр								
1	Имиджелогия как наука, искусство и практическая деятельность.	4	2	6	2	12	20	Эссе
2	Разновидности и структура имиджа	4	1	6	2	12	18	Собеседование
3	Инструментарий имиджелогии.	2	1	6	1	12	18	Тестирование
4	Профессиональная имиджелогия	4	1	6	2	12	18	Собеседование
5	Вербальный имидж. Мастерство публичного выступления	2	1	8	1	12	16	Тестирование

Тема 1. Имиджелогия как наука, искусство и практическая деятельность. (ПК-2)

Лекция.

Имиджелогия как система взглядов о законах массовой коммуникации. Становление имиджелогии в странах Запада и в России. Связь имиджелогии и паблик рилейшнз. Области знания, изучающие различные аспекты формирования и функционирования имиджа: PR, социология, социальная психология, теории коммуникации, конфликтология, маркетинг, политология, менеджмент, риторика.

Определение имиджа. Имидж и натура. Личина и лик. Образ и имидж. Стереотипы восприятия. Свойства имиджа. Функции имиджа. Психологические факторы восприятия имиджа. Факторы, влияющие на «работу» образов журналиста. Имидж и его составляющие. Значения имиджа.

Функциональный, контекстный, сопоставительный подход к имиджу. Типы имиджа. Подробный анализ типологий имиджа. Позитивный и негативный имидж. Психологические механизмы восприятия политического лидера. Архетипы, стереотипы, прототипы - явления массового сознания, влияющие на восприятие политического лидера.

Практическое занятие.

Вопросы для обсуждения.

1. Охарактеризуйте имидж и его основные характеристики
2. Функции имиджа: ценностные и технологические.
3. Имидж и репутация: общее и частное.
4. Значение имиджа для журналиста.
5. Отличие профессионального имиджа от персонального.

Задания для самостоятельной работы.

1. Провести мини-опрос аудитории на тему «Имидж ведущего регионального телеканала».
2. Проанализируйте основные архетипы, транслируемые в имидже известных политиков.
3. Углубленное изучение материалов темы.

Тема 2. Разновидности и структура имиджа (ПК-2)

Лекция.

Физиогномика и ее объект. Формы лица. Мимика. Основные характеристики мимической речи. Зависимость передачи характера подаваемой информации от мимики

Стилистика и ее слагаемые. Теория цвета Психология цвета Теория времен года Цветовой круг Принципы гармонии, пропорции Имидж, созданный посредством цвета. Пропорции фигуры. Силуэт. Элегантность самопрезентации. Линии в одежде. Выбор фасона. Приемы коррекции фигуры и лица. Выбор прически, аксессуаров, украшений, оптики. Индивидуальный стиль одежды. Речь в создании имиджа журналиста. Особенности голосовой передачи информации (артикуляция и модуляция голоса). Принципы организации межличностного и делового общения. Правила для говорящего и слушающего Телефонный этикет. Коммуникационные эффекты вербального общения Правила приветствия, представления, знакомства и обращения.

Роль этикета в формировании имиджа журналиста. Этикет как часть общечеловеческой культуры История развития этикета с древнейших времен до наших дней Феномен самопрезентации в этикете. Внешняя выразительность позиций этикета. Культура внешнего вида. Невербальные составляющие этикета. Этикетные обязанности мужчин и женщин.

Практическое занятие.

Вопросы для обсуждения.

1. Каковы основные типологии в имиджелогии?
2. За счет чего происходит отбор информации о человеке в процессе построения имиджа?
3. Значение владения техниками имиджелогии для современного человека, для профессионала.
4. Какие разновидности имиджа вам приходилось контролировать в своем образе?

Задания для самостоятельной работы.

1. Изучить различные формулировки имиджелогии. Выбрать наиболее, на ваш взгляд, подходящую к современной ситуации. Аргументируйте свою точку зрения.
2. Изучить технологии самопрезентации. Составить схему работы с самопрезентацией.
3. Углубленное изучение материалов темы.

Тема 3. Инструментарий имиджелогии. (ПК-2)

Лекция.

Понятие инструментария в имиджелогии и специфика его использования. Основные инструменты: позиционирование, манипулирование, мифологизация. Наиболее часто используемые приемы формирования имиджа: эмоционализация, акцентирование информации, замена целей, подача противоречивых сигналов, метафоризация, контекстное введение знаков.

Принципы построения имиджа. Понятия имиджа как интегрального социального образа. Источники формирования имиджа журналиста. Устойчивые формы узнаваемых образов в российском социуме. Характеристики аудитории, влияющие на восприятие информации; пол, возраст, этническая принадлежность, профессия, религия).

Влияние как метод активации поведения. Механизмы целенаправленного влияния на человека и группу. Манипуляция и актуализация как методы влияния. Эффективность влияния.

Визуальные проявления имиджа. Кинестетика как выражение невербальных приемов коммуникации. Внешние проявления: поза, осанка, походка. Тайна красоты человеческого тела. Принципы гармонии, пропорции. Внешность. Слагаемые внешности: одежда, прическа, очки. Язык телодвижений: мимика, взгляд, жесты. Типы жестов. Походка. Осанка. Поза. Комплекция.

Практическое занятие.

Практическое занятие.

1. Позиционирование – как одно из самых востребованных технологий.
2. Манипулирование в имиджологии: за и против.
3. Мифологизация в имиджологии.
4. Эмоциональная составляющая, вербализация, визуализация и другие техники.
5. Язык телодвижений: мимика, взгляд, жесты. Типы жестов.
6. Эффектные кинетические приемы привлечения внимания.
7. Имидж, созданный посредством цвета.
8. Целостный образ: линии в одежде. Фасон. Прическа.

Задания для самостоятельной работы.

1. Какие технологии используют известные журналисты для построения профессионального имиджа.
2. Составьте собственные характеристики анализа имиджа журналиста.
3. Углубленное изучение материалов темы.

Тема 4. Профессиональная имиджология (ПК-2)

Лекция.

Влияние имиджа на массовое сознание. Современный имидж. Социальные измерения имиджа. Социальное положение и происхождение. Моральные качества. Психологические основы восприятия. Субъект и объект восприятия. Механизмы и закономерности восприятия. Эффекты восприятия. Стереотипы сознания. Образы. Мифы. Коллективный субъект мышления. Взаимосвязь массового сознания с традициями и культурой. Особенности проявления российской ментальности в эпоху кризисов. Социальная мифология. Группа и толпа: сходства и различия. Факторы поведения группы. Формы массового поведения. Роль личности в группе. Цели и функции имиджа в современном обществе. Имидж в различных социокультурных контекстах.

Субъект имиджа. Имидж лидера. Текущий и желаемый имидж. Индивидуальный и корпоративный имидж. Авторитарный, демократический и отстраненный стили лидерства. Социальные и психологические типы имиджа. Мужской и женский типы имиджа. Управление и самоуправление имиджем журналиста. Самопрезентация. Искусство управлять собой. Имиджирование как процесс. Имидж и самоменеджмент. Цели и их объекты. Имиджевые кампании и их объекты. Техники релаксации и саморегуляции. Правила игры для успешной работы в команде.

Практическое занятие.

Вопросы для обсуждения.

1. Теория сезонов.
2. Дресс-код и его принципы.
3. Приемы коррекции фигуры и лица.
4. Индивидуальный стиль в одежде.
5. Имидж и мода.
6. Влияние моды на этикет.

Задания для самостоятельной работы.

1. Подготовить сообщение об использовании делового этикета в ПР.
2. Выполнить творческое задание «Формирование корпоративного имиджа ТГУ им. Г.Р. Державина в региональных СМИ».
3. Углубленное изучение материалов темы

Тема 5. Вербальный имидж. Мастерство публичного выступления (ПК-2)

Лекция.

Особенности голосовой передачи информации (артикуляция и модуляция голоса). Принципы организации межличностного и делового общения. Правила для говорящего и слушающего. Телефонный этикет. Коммуникационные эффекты вербального общения. Правила приветствия, представления, знакомства и обращения.

Ораторское искусство. Речь. Некоторые законы речи. Публичная речь. Подготовка речей. Аудитория. Лидеры мнений. Умение слушать. Общение с аудиторией. Интервью. Умение сказать больше, чем произнести.

Приемы привлечения внимания аудитории, их место в структуре речи. Требования к языку выступления. Связность и целостность как важнейшие признаки текста. Специфика устной речи, ее отличия от письменной. «Образцовая» устная речь. Анализ позитивного и негативного материала – фрагментов выступлений различных ораторов.

Нормативность, соблюдение литературных норм. Грамотная речь: критерии и признаки.

Ясность, прозрачность речи. Внимание к адресату. Стилизовое соответствие речи. Конкретность лексики. Образность, выразительность: тропы и риторические приемы (анафора, эпифора, повтор, риторический вопрос, сравнение, метафора, метонимия и др.); использование фразеологических оборотов.

Индивидуальный стиль языковой личности. Отношение оратора к содержанию выступления. Понятие «языковой маски».

Работа над подготовленной речью. Шлифовка речи. Отложенное чтение. Чтение вслух.

Имидж оратора. Внешний вид: одежда, прическа, сложение. Формирование имиджа с учетом гендерных, возрастных, социальных, профессиональных, национальных и психологических характеристик аудитории. Речь: интонация, энергетика голоса, грамотность. Поведение: невербальная коммуникация, отношение к себе и к собеседнику. Невербальная коммуникация. Значение невербальной коммуникации. Знаки и симптомы. Позы и жесты.

Практическое занятие.

Вопросы для обсуждения.

1. Современная риторика.
2. Виды публичных выступлений. Различные классификации.
3. Типы речей по цели: информирующая, убеждающая, этикетная, развлекательная.
4. Отличительные признаки каждого типа речи.
5. Приемы и техники создания и произнесения речей разных типов.
6. Приемы воздействия на аудиторию.
7. Психологические аспекты публичного выступления.

Задания для самостоятельной работы.

1. Особенности ораторского искусства. Проанализируйте, какие техники публичного выступления вы используете в своей профессиональной и повседневной деятельности.
2. Формулирование вопросов для деловой беседы.
3. Проанализируйте речь нескольких телевизионных ведущих. Какие характеристики вы можете обозначить? Выделить отличительные черты успешного модератора.
4. Для выступления на занятии подготовьте речь, соответствующую одному из типов. Какими признаками она обладает? Какие приемы вы в ней использовали?
5. Углубленное изучение материалов темы.

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства

4.1. Распределение баллов:

- посещаемость – 10 баллов
- текущий контроль – 70 баллов
- контрольные срезы – 2 среза по 10 баллов каждый
- премиальные баллы – 20 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ те мы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Мах. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки
1.	Имиджелогия как наука, искусство и практическая деятельность.	Эссе	30	30 баллов. Соблюдены все требования к эссе. 20 баллов. Требования к эссе соблюдены частично. 10 баллов. Соблюдены частично, тема раскрыта не полностью. 5 баллов. Требования не соблюдены, тема не раскрыта, наличие фактических ошибок
2.	Разновидности и структура имиджа	Собеседование(контрольный срез)	10	10 балла – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием современной терминологии. 5 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием современной терминологии. 2 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему. Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.
3.	Инструментарий имиджелогии.	Тестирование	20	Тест состоит из 15 вопросов. 15 баллов – студент правильно отвечает на 75-100% вопросов в тесте 10 баллов – студент правильно отвечает на 50-74% вопросов в тесте 5 баллов – студент правильно отвечает на 25-50% вопросов в тесте. Менее 25% правильных ответов баллов не дает.
4.	Профессиональная имиджелогия	Собеседование(контрольный срез)	10	10 балла – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием современной терминологии. 5 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием современной терминологии. 2 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему. Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.

5.	Вербальный имидж. Мастерство публичного выступления	Тестирование	20	Тест состоит из 15 вопросов. 15 баллов – студент правильно отвечает на 75-100% вопросов в тесте 10 баллов – студент правильно отвечает на 50-74% вопросов в тесте 5 баллов – студент правильно отвечает на 25-50% вопросов в тесте. Менее 25% правильных ответов баллов не дает.
6.	Посещаемость		10	100% посещаемость
7.	Премиальные баллы		20	Дополнительные премиальные баллы могут быть начислены: - за проект, выполненный по заказу работодателя и реализованный на практике – 20 баллов; - постоянная активность во время практических занятий – 15 баллов; - полностью подготовленная к публикации статья по тематике в рамках дисциплины – 20 баллов; - победа в профессиональном конкурсе – 20 баллов; - участие с докладом на конференции по тематике изучаемой дисциплины – 20 баллов;
8.	Индивидуальные задания, с помощью которых можно набрать дополнительные баллы		70	Добор: студент может предоставить все задания текущего контроля и контрольных срезов.
9.	Итого за семестр		100	

Итоговая оценка по зачету выставляется в 100-балльной шкале и в традиционной четырехбалльной шкале. Перевод 100-балльной рейтинговой оценки по дисциплине в традиционную четырехбалльную осуществляется следующим образом:

100-балльная система	Традиционная система
50 - 100 баллов	Зачтено
0 - 49 баллов	Не зачтено

4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

Собеседование

Тема 2. Разновидности и структура имиджа

1. Имидж руководителя СМИ в структуре имиджа учреждения.
2. Роль внешних атрибутов медийного учреждения: эмблема, девиз.
3. Критерии и показатели эффективности формирования имиджа.
4. Алгоритм совершенствования имиджа.
5. Основные мероприятия по совершенствованию имиджа.
6. Подходы в маркетинге и менеджменте к созданию имиджа информационного товара.
7. Анализ потребностей человека и мотивов потребителей.

Тема 4. Профессиональная имиджелогия

1. Новые направления анализа профессиональной деятельности в связи с популяризацией знаний по имиджелогии.
2. За счет чего происходит отбор информации о человеке в процессе построения имиджа?
3. Значение владения техниками имиджелогии для профессионального журналиста.
4. Какие имиджевые технологии использует журналист в профессиональной деятельности?

Тестирование

Тема 3. Инструментарий имиджологии.

Вопрос 1. Кто первым стал активно использовать термин имидж:

1. **экономист Кеннет Болдуинг;**
2. психолог Зигмунд Фрейд;
3. социолог Уильям Липпман.

Вопрос 2. В задачи курса входит:

1. **оказать помощь в использовании инструментов межличностных и деловых отношений;**
2. изучение личного обаяния в комплексе с личным имиджем;
3. получение навыков написания текстов, влияющих на создание имиджа.

Вопрос 3. Имиджмейкинг – это:

1. вид политтехнологий, реализующий внешний образ политика;
2. **совокупность технологий и техник, элементов и операций, предназначенных для формирования имиджа объекта;**
3. особый вид общественной деятельности.

Вопрос 4. Имидж - это:

1. ореол, создаваемый средствами массовой информации, социальной группой или собственными усилиями личности в целях привлечения внимания;
2. целостный образ, слагаемый из многих факторов;
3. **имидж - сложившийся в массовом сознании и имеющий характер стереотипа эмоционально окрашенный образ кого-либо или чего-либо.**

Вопрос 5. Имиджология – наука (выберите наиболее верное определение):

1. **это научно–прикладная дисциплина, изучающая закономерности формирования, функционирования и управления имиджем человека, организации, товара и услуги;**
2. это дисциплина, изучающая эффективность личного имиджа публичных личностей;
3. наука о процессе коммуникации, понимаемой как первооснова любых процессов жизни общества и человечества.

Тема 5. Вербальный имидж. Мастерство публичного выступления

Вопрос 1. Паблсити – это:

1. Имидж.
2. Результат «внеценовой» конкуренции.
3. Результат ценовой конкуренции.
4. **Результат деятельности медиа-рейтинга.**

Вопрос 2. Формирование имиджа в глазах внутренней общественности соответствует следующим принципам:

1. Приоритет внешних коммуникаций над внутренними.
2. **Приоритет внутренних коммуникаций над внешними.**
3. Паритет внешних и внутренних коммуникаций.
4. Предварительное освещение новости в СМИ.

Вопрос 3. Корпоративная, политическая, медицинская имиджология:

1. это отрасли социальной психологии;
2. **это отрасли имиджологии;**
3. это вспомогательные дисциплины имиджологии.

Вопрос 4. Бренд – это:

1. имидж товара;

2.знак, отражающий специфическое содержание;

3. основной признак предмета.

Вопрос 5. Какие исторические теории способствовали формированию науки:

1.физиогномика;

2.журналистика;

3.маркетинг.

Вопрос 6. Имиджелогия связана со следующими науками (уберите лишнее):

1.экономика;

2.конфликтология;

3.риторика;

4.социология;

5.психология.

Вопрос 7. Целевая аудитория получает имиджевую информацию в большей степени за счет:

1.зрения;

2.слуха;

3.прикосновения.

Вопрос 8. Функции имиджа делятся на:

1.ценностные и психологические;

2.ценностные и технологические;

3. ценностные и идеологические.

Вопрос 9. Правильный имидж помогает войти в конкретную социальную среду - это:

1.функция организации внимания;

2.функция комфортизации межличностных отношений;

3.функция межличностной адаптации.**Эссе**

Тема 1. Имиджелогия как наука, искусство и практическая деятельность.

1.Формирование представлений об имидже в культуре второй половины XX в.

2.Основные понятия имиджелогии. Имиджмейкинг, имиджбилдинг.

3.Имидж как система и процесс. Проблемы практической реализации имидж-модели.

4.Структура имиджа. Структурный подход к формированию имиджа.

5.Типология имиджей.

4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета

Типовые вопросы зачета (ПК-2)

1. Определение понятия имиджелогии, образа, облика. Имидж и маска. Компоненты имиджа личности.

2. Основные условия формирования имиджа журналиста.

3. Имидж как одаренность. "Я- концепция".

4. Имидж-эффект. Имидж и символ. Разновидности имиджа.

5. Обаяние - "личностное сияние".

6. Принципы имиджелогии.

7. Приоритетные функции имиджа (ценностные, технологические).

8. Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа журналиста.

9. Роль механизмов социально-психологического влияния в процессе формирования имиджа.

10. Социальные стереотипы и установки в формировании имиджа.

11. Когнитивные процессы в основе формирования имиджа.
12. Формирование имиджа в среде массовой коммуникации. Роль средств массовой информации в формировании социальной реальности.
13. Тело, лицо, поведение человека как объект его имиджа.
14. Самопрезентация журналиста. Факторы восприятия личности в общественном сознании.
15. Использование психодиагностики для создания психологического портрета личности.
16. Компоненты имиджа журналиста: личностный, социальный, профессиональный.
17. Роль имиджа СМИ в условиях современного медиарынка.
18. Внешний и внутренний имидж. Связь внутреннего имиджа с корпоративной культурой.
19. Имидж руководителя СМИ в структуре имиджа учреждения.
20. Алгоритм совершенствования имиджа. Основные мероприятия по совершенствованию имиджа.

Типовые задания для зачета (ПК-2)

1. Найти примеры для компонентов имиджа: личностный, социальный, профессиональный.
2. Внешний и внутренний имидж. Прокомментировать связь внутреннего имиджа с корпоративной культурой.
3. Типы имиджа. Проанализировать основные классификации.
4. Примените к своему имиджу один из инструментов имиджмейкинга.
5. Примените речевые технологии в создании имиджа журналиста.
6. Отредактируйте письменный текст, подготовив его для произнесения перед слушателями.
7. Продемонстрировать невербальные способы привлечения и удержания внимания.
8. Проанализируйте основные архетипы, транслируемые в имидже известных политиков.

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«зачтено» (50 - 100 баллов)	ПК-2	Способен обеспечить создание внутренней и внешней коммуникации при формировании различных типов имиджа
«не зачтено» (0 - 49 баллов)	ПК-2	Не способен обеспечить создание внутренней и внешней коммуникации при формировании различных типов имиджа

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

5.1 Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся:

Приступая к изучению дисциплины, в первую очередь обучающимся необходимо ознакомиться содержанием рабочей программы дисциплины (РПД), которая определяет содержание, объем, а также порядок изучения и преподавания учебной дисциплины, ее раздела, части.

Для самостоятельной работы важное значение имеют разделы «Объем и содержание дисциплины», «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» и «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы».

В разделе «Объем и содержание дисциплины» указываются все разделы и темы изучаемой дисциплины, а также виды занятий и планируемый объем в академических часах.

В разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» указана рекомендуемая основная и дополнительная литература.

В разделе «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы» содержится перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины.

5.2 Рекомендации обучающимся по работе с теоретическими материалами по дисциплине

При изучении и проработке теоретического материала необходимо:

- просмотреть еще раз презентацию лекции в системе MOODLe, повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной дополнительной литературы;
- при самостоятельном изучении теоретической темы сделать конспект, используя рекомендованные в РПД источники, профессиональные базы данных и информационные справочные системы;
- ответить на вопросы для самостоятельной работы, по теме представленные в пункте 3.2 РПД.
- при подготовке к текущему контролю использовать материалы фонда оценочных средств (ФОС).

5.3 Рекомендации по работе с научной и учебной литературой

Работа с основной и дополнительной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на семинарских занятиях, к дебатам, тестированию, экзамену. Она включает проработку лекционного материала и рекомендованных источников и литературы по тематике лекций.

Конспект лекции должен содержать реферативную запись основных вопросов лекции, в том числе с опорой на размещенные в системе MOODLe презентации, основных источников и литературы по темам, выводы по каждому вопросу. Конспект может быть выполнен в рамках распечатки выдачи презентаций лекций или в отдельной тетради по предмету. Он должен быть аккуратным, хорошо читаемым, не содержать не относящуюся к теме информацию или рисунки.

Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим студентом.

В процессе работы с основной и дополнительной литературой студент может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);
- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);
- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы);
- создавать конспекты (развернутые тезисы).

5.4. Рекомендации по подготовке к отдельным заданиям текущего контроля

Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.

Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:

- правильность ответа по содержанию;
- полнота и глубина ответа;
- сознательность ответа;
- логика изложения материала;
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;
- использование дополнительного материала;
- рациональность использования времени, отведенного на задание.

Устный опрос может сопровождаться презентацией, которая подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:

- содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели, ссылки на ресурсы, соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;
- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;
- личностные качества: ораторские способности, соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы;
- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Основная литература:

1. Горчакова В.Г. Прикладная имиджелогия : учеб. пособ. для вузов. - М.: Академический Проект, 2007. - 399 с.
2. Беленко, В. Е., Беленко, М. П. Имиджелогия. Стратегии и тактики имиджевой коммуникации : учебное пособие. - 2025-02-05; Имиджелогия. Стратегии и тактики имиджевой коммуникации. - Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2010. - 140 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/44920.html>
3. Елкина, М. В. Имиджелогия : учебно-методическое пособие. - Весь срок охраны авторского права; Имиджелогия. - Омск: Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, 2013. - 156 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/65055.html>
4. Селентьева Д. О. Политическая имиджелогия : Учебное пособие для вузов. - испр. и доп; 2-е изд.. - Москва: Юрайт, 2020. - 164 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/451673>

6.2 Дополнительная литература:

1. Почепцов Г.Г. Имиджелогия. - 2-е изд., испр. и доп.. - М., М.: Рефл-бук, Ваклер, 2001. - 698 с.
2. Почепцов Г.Г. Имиджелогия. - 2-е изд., испр. и доп.. - М., Киев: Рефл-бук, Ваклер, 2002. - 698 с.
3. Семиотиак и имиджелогия деловых культур : Мат-лы Междунар.науч.конф.16-17 сент.2003г./Отв.ред.В.М.Юрьев. - Тамбов: Изд-во ТГУ, 2003. - 219с.
4. Кадермятова Р. А. Имиджелогия : учебно-практическое пособие. - Ульяновск: Ульяновский государственный технический университет (УлГТУ), 2014. - 91 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=363227>

6.3 Методические разработки:

1. Прохоров А.В. Имиджелогия : учеб. пособие. - Тамбов: [Издат. дом ТГУ им. Г.Р. Державина], 2012. - 99 с.
2. Ким, Л. М. Политическая имиджелогия : учебно-методическое пособие. - 2024-05-23; Политическая имиджелогия. - Алматы: Казахский национальный университет им. аль-Фараби, 2012. - 210 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/61203.html>

3. Имиджелогия : учебно-методическое пособие. - Омск: Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, 2013. - 156 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=336073>

6.4 Иные источники:

1. Журнал «Социологические исследования» - <http://socis.isras.ru/>
2. Портал "Гуманитарное образование" - <http://www.humanities.edu.ru/>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории и помещения для самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы укомплектованы компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации (проектор, ноутбук, экран/ интерактивная доска).

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational Renewal Licence

Операционная система Microsoft Windows 10

Adobe Reader XI (11.0.08) - Russian Adobe Systems Incorporated 10.11.2014 187,00 MB 11.0.08

7-Zip 9.20

Microsoft Office Профессиональный плюс 2007

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Юрайт: электронно-библиотечная система. – URL: <https://urait.ru>
2. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – URL: <https://cyberleninka.ru>
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru. – URL: <https://elibrary.ru>
4. Электронный каталог Фундаментальной библиотеки ТГУ. – URL: <http://biblio.tsutmb.ru/elektronnyij-katalog>
5. Консультант студента. Гуманитарные науки: электронно-библиотечная система. – URL: <https://www.studentlibrary.ru>

Электронная информационно-образовательная среда

https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz

Взаимодействие преподавателя и студента в процессе обучения осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.