

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Отделение массовых коммуникаций



подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Мастер-класс "Имидж медийной персоны" БЗ.ДВ.2

Направление подготовки: 031600.62 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в политике

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Фатыхова Д.Р.

Рецензент(ы):

Морозова Г.В.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Морозова Г. В.

Протокол заседания кафедры No ___ от "___" _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института социально-философских наук и массовых коммуникаций (отделение массовых коммуникаций):

Протокол заседания УМК No ___ от "___" _____ 201__ г

Регистрационный No 941873314

Казань

2014

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) ассистент, к.н. Фатыхова Д.Р. Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии Отделение массовых коммуникаций , DiRFatyhova@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Курс "Имидж медийной персоны" является специализированным курсом, предназначенным для подготовки студентов по вопросам комплексного конструирования имиджевых характеристик публичных персон, обеспечения эффективных коммуникаций медийных субъектов. Курс углубляет профессиональные знания, умения и навыки в предметной области имиджологии, что обеспечивает основу для эффективной ПР деятельности, применения полученных знаний как в частной консультативной практике, так и при участии в крупномасштабных проектах.

Задачи курса:

- понимать место и значение курса "Имидж медийной персоны" как конкретизации курса "Имиджология" и интеграцию с другими науками связей с общественностью;
- понимать основные современные точки зрения на предмет имиджологии, имиджа медийной персоны, их теоретическую и праксиологическую направленность;
- рассматривать работу по созданию имиджа медийной персоны как комплексную, базирующуюся на "Я-концепции" личности;
- уметь правильно использовать категориальный аппарат имиджологии в контексте медийности персон
- на практике применять технологии и методы имиджемейкерской работы;
- анализировать составляющие имиджа медийных персон и особенности его восприятия в зависимости от сфер деятельности и типа аудитории
- научить студентов наиболее эффективным экспресс-диагностикам типа личности медийной персоны с целью выстраивания имиджа, наиболее адекватного ее индивидуальным особенностям

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б3.ДВ.2 Профессиональный" основной образовательной программы 031600.62 Реклама и связи с общественностью и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 4 курсе, 7 семестр.

Данная учебная дисциплина включена в раздел "Б.3.ДВ2 Цикл профессиональных дисциплин и относится к дисциплине по выбору ". Осваивается на четвертом курсе (7 семестр).

Учебный курс "Имидж медийной персоны " рассчитан на подготовку специалистов, чья профессиональная деятельность сопряжена с работой в области связей с общественностью, журналистики, политического консалтинга. Изучение курса логично связано с такими предметами, как "Теория и практика связей с общественностью", "Психология массовых коммуникаций", "Технологии эффективных коммуникаций", "Политический менеджмент".

Учебный курс ориентирован на практическое овладение студентами технологиями создания "личного обаяния", медийной персоны, а также технологиями самопрезентации, навыками и умениями их эффективного использования в процессе профессиональной деятельности. Особенностью изучения дисциплины является её междисциплинарный характер, преобладание практических занятий над семинарскими, ориентация на самостоятельную и творческую работу студентов.

В рамках данного курса происходит развитие рефлексивных, аналитических, исследовательских способностей учащихся, повышение их коммуникативной компетенции, совершенствование способностей самопрезентации, проработка собственной Я-концепции.

К концу курса студенты умеют проводить исследования имиджа, производить его оценку, разрабатывать программы коррекции и конструирования имиджевых характеристик.

Организация изучения дисциплины строится на основе аудиторной работы, самостоятельных и творческих заданий.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-1 (общекультурные компетенции)	владением культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения
ПК-10 (профессиональные компетенции)	способностью обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы
ПК-18 (профессиональные компетенции)	способностью оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; способен к выработке нестандартных решений

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- сущность имиджа, его составляющие и роль в различных сферах общественных отношений;
- основные виды имиджей и их структуру;
- правила и этапы управления имиджем медийных персон;
- социально-психологические механизмы формирования имиджа медийных персон;
- конкретные приемы "конструирования" мимики, гармонизации общего вида; законы информативного телодвижения и элегантности манер;
- способы конструирования персонального и публичного имиджей.

2. должен уметь:

- строить имиджевую стратегию публичной персоны;
- производить оценку и тестирование имиджевых характеристик;
- составлять программу коррекции и конструирования имиджа;
- использовать исследовательские методы в проблемном поле имиджелогии;
- определять профиль аудитории, личности, организации;
- разрабатывать тактику формирования имиджа медийной персоны в зависимости от контекста ее деятельности (публичные политики, журналисты и телеведущие, бизнесмены, "звезды" медийного бизнеса-артисты, эстрадные исполнители и т.п.)

3. должен владеть:

- навыками выявления и оценки имиджевых качеств организации, личности;
- навыками работы с прессой и экспресс-диагностикой медийной персоны;
- технологиями создания имиджа медийной персоны как "обаятельной личности";
- искусством личного шарма;
- методами сбора физиогномической и кинесической информации, приемами профессиональной коммуникации и публичных выступлений, техниками психологической защиты;

- навыками поведенческого этикета, официального и бытового, для личного и служебного пользования;

4. должен демонстрировать способность и готовность:
применять полученные знания на практике

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных(ые) единиц(ы) 180 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 7 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Имидж медийной персоны как раздел курса "Имиджелогия"	7		2	2	0	устный опрос
2.	Тема 2. Понятие, структура, функции имиджа. Личный и публичный имидж	7		2	2	0	устный опрос контрольная точка
3.	Тема 3. Инструментарий имиджелогии	7		4	4	0	устный опрос
4.	Тема 4. Принципы и компоненты формирования имиджа медийной персоны	7		4	4	0	тестирование устный опрос
5.	Тема 5. Типы имиджа в различных областях человеческой деятельности	7		4	4	0	устный опрос
6.	Тема 6. Технологии формирования имиджа медийной персоны	7		4	4	0	устный опрос

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
7.	Тема 7. Специфика построения персонального имиджа	7		4	4	0	устный опрос
8.	Тема 8. Средства массовой коммуникации в актуализации имиджа медийной персоны.	7		4	4	0	устный опрос
9.	Тема 9. Формирование имиджа делового человека	7		4	4	0	устный опрос
10.	Тема 10. Имидж руководителя: слагаемые успеха и неудач	7		4	4	0	презентация устный опрос
	Тема . Итоговая форма контроля	7		0	0	0	зачет
	Итого			36	36	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Имидж медийной персоны как раздел курса "Имиджелогия"

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Имиджелогия: сущность и специфика учебного предмета.. Истоки имиджелогии. Имиджелогия - отрасль современного человековедения. Определение понятия имиджелогии, образа, облика. Имидж медийной персоны. Понятие и сферы деятельности. Типы медийных персон: публичные политики, журналисты и телеведущие, бизнесмены, "звезды" медийного бизнеса- артисты, эстрадные исполнители и т.п.).

практическое занятие (2 часа(ов)):

Вопросы: Имиджелогия как теоретико-праксиологическое обеспечение создание эффективного и эффектного образа медийных персон.

Тема 2. Понятие, структура, функции имиджа. Личный и публичный имидж

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Имидж как предмет имиджелогии. Имидж и репутация. Многообразие и разноплановость подходов к определению природы и сущности имиджа. Идеальный и реальный имидж. Функциональный подход к определению имиджа. Функции имиджа: идентификация, идеализация, акцентуация, продвижение. Индивидуальный имидж. Личный и публичный имидж: единство, взаимосвязь, специфика

практическое занятие (2 часа(ов)):

Вопросы: 1.Имидж как предмет имиджелогии. 2.Понятие имиджа: структура, функции. 3.Индивидуальный имидж. Личный и публичный имидж: единство, взаимосвязь, специфика.

Тема 3. Инструментарий имиджелогии

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Понятие инструментария в имиджологии и специфика его использования. Основные инструменты: позиционирование, манипулирование, мифологизация. Наиболее часто используемые приемы формирования имиджа: эмоционализация, акцентирование информации, замена целей, подача противоречивых сигналов, дистанцирование, опрос общественного мнения.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Вопросы: 1.Основные инструменты формирования имиджа: позиционирование, манипулирование, мифологизация. 2.Оценка эффективности имиджевого воздействия с помощью опроса общественного мнения. 3.Приемы формирования имиджа: эмоционализация, акцентирование информации.

Тема 4. Принципы и компоненты формирования имиджа медийной персоны

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Основные составляющие имиджа медийной персоны: персональные характеристики (внешний вид, ?телесный? имидж, голос и речь); социальные характеристики (статус, происхождение, семья, связь государственного деятеля с различными социальными группами?); символическая составляющая (медийная персона как символ власти, государства, идеологии и т.д.) Основные принципы формирования имиджа медийной персоны.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Вопросы: 1.Основные компоненты имиджа 2.Принципы формирования имиджа 3.Критерии оценки имиджа медийной персоны

Тема 5. Типы имиджа в различных областях человеческой деятельности

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Специфика имиджа в государственном управлении и дипломатии. Имидж в искусстве и шоу-бизнесе. Имидж в рекламе. Инструментарии личного контакта в различных типах имиджа.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Вопросы: 1. Средства public relations в методиках формирования различных типов имиджа

Тема 6. Технологии формирования имиджа медийной персоны

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Имиджевые технологии как инструментальный формирования имиджа медийной персоны. Основные технологии: технологии создания имиджа с опорой на ?идеальный образ?; использование социально-психологических феноменов ?контраста? и ?подобия?; формирование ?событийного ряда? (перфоманс). Выбор канала передачи имиджевой информации (телевидение, газеты, личные встречи, наружная реклама и т.д.). Интернет ? как сфера применения политических технологий (использование социальных сетей).

практическое занятие (4 часа(ов)):

Вопросы: 1.Понятие имиджевых технологий 2.основные этапы формирования имиджа 3.Перфоманс как технология создания имиджа медийной персоны

Тема 7. Специфика построения персонального имиджа

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Понятия индивида и индивидуальности. Внешняя и внутренняя мотивация по созданию имиджа. Оригинальный и наведенный виды имиджа. Имидж ориентированный на самоощущение и имидж ориентированный на восприятие. Я-концепция и Я-образ. Взаимоотношения имиджа, Я-реального, Я-идеального и Образа Я у других. Каузальная атрибуция. Имплицитная теория личности. Типологии личности как основа для оценки имиджевой предрасположенности потребителей. Тело, лицо, поведение человека как объект его имиджа. Закономерности зрительно восприятия лица фигуры человека. Характеристика стилей одежды.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Вопросы: 1.Развитие способностей по диагностике и экспрессии эмоционального состояния. 2.Самопрезентация. 3.Факторы восприятия личности в общественном сознании.

Тема 8. Средства массовой коммуникации в актуализации имиджа медийной персоны.

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Роль социальных медиа в формировании имиджа медийной персоны. Определение понятий: новые СМИ, социальные СМИ, гражданская журналистика и т.д. Специфические черты социальных медиа как инструмента формирования имиджа медийной персоны, их отличие от традиционных СМИ.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Вопросы: 1.Определение понятий: новые СМИ, социальные СМИ (или социальные медиа), гражданская журналистика и т.д. 2.Специфические черты социальных медиа как инструмента формирования имиджа, их отличие от традиционных СМИ. 3.Роль социальных медиа в формировании имиджа медийной персоны

Тема 9. Формирование имиджа делового человека

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Специфика технологий построения имиджа в бизнесе. Конструктивная поведенческая стратегия и эффективная поведенческая тактика в имидже бизнесмена. Деловая внешность, деловое общение и деловой этикет. Роль деловой риторики в создании бизнес-имиджа (техника ведения переговоров, искусство деловой полемики, личные и телефонные беседы и др.)

практическое занятие (4 часа(ов)):

Вопросы: Назовите основные ошибки в построении делового имиджа

Тема 10. Имидж руководителя: слагаемые успеха и неудач

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Компоненты имиджа руководителя: личностный, социальный, профессиональный. Свойства имиджа руководителя - адекватность, воздейственность, устойчивость, целостность, презентабельность. Создание установки принятия имиджа руководителя: ситуативной, фиксированной. Социально-психологический тренинг имиджевых качеств личности.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Вопросы: 1.Специфика имиджа руководителя 2.Роль имиджа для руководителя

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Имидж медийной персоны как раздел курса "Имиджелогия"	7		подготовка к устному опросу	10	устный опрос
2.	Тема 2. Понятие, структура, функции имиджа. Личный и публичный имидж	7		подготовка к контрольной точке	5	контрольная точка
				подготовка к устному опросу	5	устный опрос
3.	Тема 3. Инструментарий имиджелогии	7		подготовка к устному опросу	10	устный опрос
4.	Тема 4. Принципы и компоненты формирования имиджа медийной персоны	7		подготовка к тестированию	5	тестирование
				подготовка к устному опросу	5	устный опрос

№	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
5.	Тема 5. Типы имиджа в различных областях человеческой деятельности	7		подготовка к устному опросу	10	устный опрос
6.	Тема 6. Технологии формирования имиджа медийной персоны	7		подготовка к устному опросу	14	устный опрос
7.	Тема 7. Специфика построения персонального имиджа	7		подготовка к устному опросу	10	устный опрос
8.	Тема 8. Средства массовой коммуникации в актуализации имиджа медийной персоны.	7		подготовка к устному опросу	12	устный опрос
9.	Тема 9. Формирование имиджа делового человека	7		подготовка к устному опросу	12	устный опрос
10.	Тема 10. Имидж руководителя: слагаемые успеха и неудач	7		подготовка к презентации	5	презентация
				подготовка к устному опросу	5	устный опрос
	Итого				108	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Основными формами работы студентов являются семинарские занятия, организованные в различных форматах обучения. Виды контроля: текущий (устный опрос, тестирование, презентация, дискуссии, написание эссе, рефератов). Итоговый (в форме зачета).

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Имидж медийной персоны как раздел курса "Имиджелогия"

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы: 1. В чем заключается значение имиджа для медийной персоны? 2. Каковы основные его функции? 3. Охарактеризуйте основные аспекты имиджа медийной персоны.

Тема 2. Понятие, структура, функции имиджа. Личный и публичный имидж

контрольная точка , примерные вопросы:

Письменная работа на тему "Роль имиджа для медийной персоны".

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы: 1. В чем заключается содержание термина "имидж"? Каковы основные его функции? 2. Охарактеризуйте смежные понятия: "образ", "репутация", "авторитет". 3. Равнозначны ли понятия "имиджелогия" и "психология имиджа"? В чем отличие?

Тема 3. Инструментарий имиджелогии

устный опрос , примерные вопросы:

1.Инструментарий имиджологии: подача противоречивых сигналов, детализация, дистанцирование. 2.Инструментарий имиджологии: вербализация, визуализация, перевод. Вопросы: 3. Какие методы используются при формировании имиджа? 4.В чем особенность визуализации, используемой в имиджологии? 5.Какие существуют модели восприятия?

Тема 4. Принципы и компоненты формирования имиджа медийной персоны

тестирование , примерные вопросы:

Вопросы теста: 1. Имидж должен быть: а) противоречивым б) универсальным в) сложным г) эффективным 2. С какой целью разрабатывается имидж-модель? а) легкость коммуникации с заказчиком/клиентом б) экономия усилий по поддержанию имиджа в) экономия средств на разработку имиджа г) обеспечение стратегии продвижения имиджа 3. Что представляет собой мифологизация: а) апелляция к сознанию человека, а именно, к образам, которые сложились у человека б) словесное описание переживаний, чувств, поведенческих актов и мыслей в) кодирование информации и перевод ее на понятный, приближенный язык аудитории г) все вышперечисленное 4. Чего позволяет достичь использование метода эмоционализации? а) распознавания имиджа б) преодоление стереотипов восприятия в) большей запоминаемости имиджа г) более длительного внимания к имиджу 5. Какая формулировка представляется вам более точной в случае практической работы по имиджбилдингу: а) имидж данной конкретной женщины б) имидж женщины в конкретной профессиональной сфере в) имидж деловой женщины г) имидж женщины

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы: 1.Назовите основные составляющие имиджа медийной персоны? 2.Какое значение имеет семья медийной персоны для формирования его имиджа? 3.Перечислите и охарактеризуйте основные критерии оценки имиджа ?

Тема 5. Типы имиджа в различных областях человеческой деятельности

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы: 1.Назовите основные имиджевые типы? 2.Назовите успешные примеры корректировки имиджа медийной персоны? 3.Каковы профессиональные качества имиджмейкера? В чем специфика его работы?

Тема 6. Технологии формирования имиджа медийной персоны

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы: 1.Дайте определение понятию "перфоманс". 2.Какие основные этапы включает в себя технология построения имиджа медийной персоны? 3.Каково значение "имиджевой легенды"?

Тема 7. Специфика построения персонального имиджа

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы: 1.В чем состоит специфика персонального имиджа? 2.Каково его значение? 3. Назовите основные пути его построения?

Тема 8. Средства массовой коммуникации в актуализации имиджа медийной персоны.

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы: 1. Определение понятий: новые СМИ, социальные СМИ (или социальные медиа), гражданская журналистика и т.д. 2.Специфические черты социальных медиа как инструмента формирования имиджа их отличие от традиционных СМИ. 3.Роль социальных медиа в формировании имиджа медийной персоны.

Тема 9. Формирование имиджа делового человека

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы: 1.Назовите основные составляющие имиджа делового человека? 2.Какое значение имеют лидерские качества для формирования его имиджа? 3.Перечислите и охарактеризуйте основные критерии оценки имиджа делового человека?

Тема 10. Имидж руководителя: слагаемые успеха и неудач

презентация , примерные вопросы:

Студентам необходимо подготовить презентацию на тему "Имидж руководителя - слагаемые успеха".

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы: 1. Назовите основные составляющие имиджа руководителя? 2. Какое значение имеют лидерские качества для формирования его имиджа? 3. Перечислите и охарактеризуйте основные критерии оценки имиджа руководителя?

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

Вопросы:

- 1 Имидж медийной персоны как раздел курса "Имиджелогия"
- 2 Понятие медийной персоны
- 3 Понятие, структура, функции имиджа.
- 4 Личный и публичный имидж
- 5 Инструментарий имиджелогии
- 6 Принципы и компоненты формирования имиджа медийной персоны тестирование
- 7 Типы имиджа в различных областях человеческой деятельности
- 8 Технологии формирования имиджа медийной персоны
- 9 Специфика построения персонального имиджа
- 10 Средства массовой коммуникации в актуализации имиджа медийной персоны.
- 11 Формирование имиджа делового человека
- 12 Имидж руководителя: слагаемые успеха и неудач

7.1. Основная литература:

1. Шарков Феликс Изосимович. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: Учебное пособие. Москва Издательско-торговая корпорация "Дашков и К" Москва Альтехсофт "Издательство Шаркова", 2012. <http://znanium.com/go.php?id=327924>
2. Основы имиджелогии и делового общения : учеб. пособие для студентов вузов / А. С. Ковальчук .- 3-е изд., доп. и перераб. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2004 .-251 с.

7.2. Дополнительная литература:

1. Социальное пространство имиджа: Монография / М.О. Кошлякова. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 152 с.<http://znanium.com/bookread.php?book=376278>
2. Психология самопрезентации личности: Монография / О.А. Пикулева. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 320 с.<http://znanium.com/bookread.php?book=415060>

7.3. Интернет-ресурсы:

- <http://bd.fom.ru> - <http://bd.fom.ru/report/map/d083225>
<http://grachev62.narod.ru> - <http://grachev62.narod.ru/pob/chapt04.htm>
<http://ifets.ieee.org/> - http://ifets.ieee.org/russian/depository/v16_i2/html/18.htm
<http://wciom.ru/> - <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=115015>
<http://www.panarin.com> - <http://www.panarin.com/catalogue/13/>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Мастер-класс "Имидж медийной персоны"" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

- проектор и ноутбук;
- принтер и копировальный аппарат для создания раздаточных материалов;
- ватман и фломастеры для выполнения творческих заданий в малых группах;

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 031600.62 "Реклама и связи с общественностью" и профилю подготовки Реклама и связи с общественностью в политике .

Автор(ы):

Фатыхова Д.Р. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Морозова Г.В. _____

"__" _____ 201__ г.