

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Таюрский Д.А.



_____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Мастер-класс "Имидж медийной персоны" Б1.В.ДВ.8

Направление подготовки: 42.03.01 - 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 (Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций):

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

Регистрационный No 941875617

Казань
2017

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) доцент, к.н. Фатыхова Д.Р. Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций, 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 " Б1.В.ДВ.8 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 3 курсе, 6 семестр.

Данная учебная дисциплина включена в раздел 'Б1.В.ДВ.8 Дисциплины (модули)' основной профессиональной образовательной программы 42.03.01 'Реклама и связи с общественностью

(не предусмотрено)' и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 3 курсе, в 6 семестре.

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

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОПК-1 (профессиональные компетенции)	способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-1 (профессиональные компетенции)	способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью

В результате освоения дисциплины студент:

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

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы) 72 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 6 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"	6		2	2	0	Устный опрос
2.	Тема 2. Понятие, структура, функции имиджа. Личный и публичный имидж	6		2	2	0	Устный опрос
3.	Тема 3. Инструментарий имиджелогии	6		2	2	0	Устный опрос
4.	Тема 4. Принципы и компоненты формирования имиджа медийной персоны	6		4	2	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	
5.	Тема 5. Типы имиджа в различных областях человеческой деятельности	6		4	4	0	Презентация
6.	Тема 6. Технологии формирования имиджа медийной персоны	6		4	4	0	Контрольная работа
	Тема . Итоговая форма контроля	6		0	0	0	Зачет
	Итого			18	16	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)):

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 (2 часа(ов)):

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, дистанцирование, опрос общественного мнения. практическое занятие (4 часа(ов)):

практическое занятие (2 часа(ов)):

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

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)

практическое занятие (2 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 инструментарий 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

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"	6		подготовка к устному опросу	4	устный опрос
2.	Тема 2. Понятие, структура, функции имиджа. Личный и публичный имидж	6		подготовка к устному опросу	4	устный опрос
3.	Тема 3. Инструментарий имиджелогии	6		подготовка к устному опросу	6	устный опрос
4.	Тема 4. Принципы и компоненты формирования имиджа медийной персоны	6		подготовка к устному опросу	10	устный опрос
5.	Тема 5. Типы имиджа в различных областях человеческой деятельности	6		подготовка к презентации	10	презентация

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
6.	Тема 6. Технологии формирования имиджа медийной персоны	6		подготовка к контрольной работе	4	контрольная работа
	Итого				38	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

На лекциях:

- информационная лекция;
- проблемная лекция;
- лекция - демонстрация;
- лекция вдвоем.

На семинарах:

- выступления студентов с докладами по заданному материалу;
- подготовка и защита рефератов;
- проблемная дискуссия;
- модерация (работа в 'малых группах');
- ролевые игры;
- письменный анализ различных точек зрения на одну и ту же проблему, формулирование и аргументация собственной точки зрения;
- создание алгоритма разрешения проблемной ситуации, заданной преподавателем;
- подготовка и представление кейзов различных видов имиджевых ситуаций;
- составление структурно-логических схем;
- визуализация проблемы - перевод текстового материала в иную знаковую систему;
- подготовка и демонстрация презентационных материалов по темам курса

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

устный опрос , примерные 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 имиджелогии: подача противоречивых сигналов, детализация, дистанцирование. 2. Инструментарий имиджелогии: вербализация, визуализация, перевод. Вопросы: 3. Какие методы используются при формировании имиджа?

Тема 4. Принципы и компоненты формирования имиджа медийной персоны

устный опрос , примерные 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

презентация, примерные вопросы:

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

Тема 6. Технологии формирования имиджа медийной персоны

контрольная работа, примерные вопросы:

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

Тема. Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

- 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. Осипова Е. А. Теория и практика социокультурного брендинга. Ценностные аспекты создания брендов в социальной сфере [Электронный ресурс] / Е.А. Осипова - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 156 с. - URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=523512>
2. Осипова Е. А. Аксиологические основания теории связей с общественностью: монография [Электронный ресурс] / Е.А. Осипова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 228 с. - URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=524403>
3. Мандель Б. Р. Психология рекламы: история, проблематика [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Б. Р. Мандель. - М.: ФЛИНТА, 2013. - 272 с. - URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=466157>

7.2. Дополнительная литература:

1. Марков А. А. Связи с общественностью в органах власти: Учебник [Электронный ресурс] / А.А. Марков. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 190 с. - URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=368021>
2. Кузнецов П. А. Копирайт & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии [Электронный ресурс] / П. А. Кузнецов. - М.: Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К-', 2015. - 260 с. - URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=513046>

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:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "БиблиоРоссика", доступ к которой предоставлен студентам. В ЭБС "БиблиоРоссика" представлены коллекции актуальной научной и учебной литературы по гуманитарным наукам, включающие в себя публикации ведущих российских издательств гуманитарной литературы, издания на английском языке ведущих американских и европейских издательств, а также редкие и малотиражные издания российских региональных вузов. ЭБС "БиблиоРоссика" обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного

проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audi, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 42.03.01 "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.