

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



УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по образовательной деятельности КФУ
Проф. Таюрский Д.А.

_____ 20__ г.

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

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, d.fatikhova@gmail.com

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.

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

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 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	Практи- ческие занятия	Лабора- торные 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	Тестирование Устный опрос
5.	Тема 5. Типы имиджа в различных областях человеческой деятельности	6		4	4	0	Дискуссия

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практи- ческие занятия	Лабора- торные работы	
6.	Тема 6. Технологии формирования имиджа медийной персоны	6		4	4	0	Реферат 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 "Имиджология"

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Имиджология: сущность и специфика учебного предмета.. Истоки имиджологии. Имиджология - отрасль современного человековедения. Определение понятия имиджологии, 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: Имиджология как теоретико-практиологическое 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 имиджологии. 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 имиджологии. 2.Понятие имиджа: структура, функции. 3.Индивидуальный имидж. Личный и публичный имидж: единство, взаимосвязь, специфика.

Тема 3. Инструментарий имиджологии

лекционное занятие (2 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 (2 часа(ов)):

Вопросы для практического занятия: 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 и т.д.) Основные принципы формирования имиджа медийной персоны.

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.).

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	Се-местр	Неде-ля семе-стра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудо-емкость (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 тестированию	6	тести-рова-ние
				подготовка к устному опросу	4	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	6		подготовка к дискуссии	10	дискуссия
6.	Тема 6. Технологии формирования имиджа медийной персоны	6		подготовка к контрольной работе	2	контрольная работа
				подготовка к реферату	2	реферат
	Итого				38	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

5. Образовательные технологии

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.

Виды контроля: текущий (тестирование, контрольные работы, устный опрос), 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

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 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

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 вышеперечисленное 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

дискуссия , 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

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"?

реферат , примерные темы:

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

Итоговая форма контроля

зачет (в 6 семестре)

Примерные вопросы к итоговой форме контроля

- 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
- 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
13. Имидж западных и российских медиа персон: общее и особенное
14. Критерии оценки имиджа медийной персоны
15. Перфоманс как технология создания имиджа медийной персоны
16. Методы оценки эффективности имиджевого воздействиям
17. Понятие и типы имиджевых технологий.
18. Основные этапы формирования имиджа медийной персоны
19. Социальные медиа в формировании имиджа медийной персоны
20. Позиционирование как инструмент формирования имиджа медийной персоны

7.1. Основная литература:

1. Бизнес-коммуникации в сервисе: документационные, речевые, имиджевые и рекламные технологии : учеб. пособие / О.Я. Гойхман, Л.М. Гончарова, М.О. Кошлякова, Т.М. Надеина ; под ред. О.Я. Гойхмана, Л.М. Гончаровой. ? М. : ИНФРА-М, 2018. ? 229 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/943272>
2. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: Учебное пособие / Шарков Ф.И., - 3-е изд. - М.: Дашков и К, 'Издательство Шаркова', 2017. - 270 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/327924>
3. Горчакова Валентина Григорьевна Имиджелогия. Теория и практика: Учеб. пособие для студентов вузов Учебное пособие / Горчакова В.Г. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 335 с. ISBN 978-5-238-02095-2 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/872660>

7.2. Дополнительная литература:

1. Человек медийный: Технологии безупречного выступления в прессе, на радио и телевидении / Кузин С., Ильин О. - М.: Альпина Пабл., 2016. - 258 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/926469>
2. Связи с общественностью как средства формирования ценностного коммуникативного пространства / Е.А. Осипова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 144 с. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=523516>
3. Социальное пространство имиджа: Монография / Кошлякова М.О. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 152 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/557157>

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 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.