

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.

Программа дисциплины

Психология имиджа тележурналиста Б1.ДВ.1

Направление подготовки: 031300.62 - Журналистика

Профиль подготовки: Телевидение

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Шакурова А.Р.

Рецензент(ы):

Андреева Ю.В.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Даутова Р. 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

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) ассистент, б/с Шакурова А.Р. Кафедра телевидения и телепроизводства Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций, veiy@mail.ru

1. Цели освоения дисциплины

Краткая аннотация

Настоящая дисциплина предназначена для бакалавров четвертого курса отделения журналистики Казанского федерального университета и способствует формированию у слушателей представлений об имидже тележурналиста.

Работники СМИ постоянно находятся в профессиональных отношениях с представителями принципиально других, а также конкурирующих организаций. Более того, работа журналиста накладывает глубокий отпечаток на формировании имиджа организация, где он работает. Под имиджем в данном курсе мы подразумеваем образ, формируемый в общественном или индивидуальном сознании средствами массовой коммуникации и психологического воздействия. Имидж создается пиаром, пропагандой, рекламой с целью формирования в массовом сознании определённого отношения к объекту. Может сочетать как реальные свойства объекта, так и несуществующие, приписываемые.

Дисциплина содержит некоторые темы, которые перекликаются с темами, рассмотренными ранее на курсах корпоративная культура в СМИ, профессиональной этике журналиста и конфликтологии. Это придает данной дисциплине междисциплинарный характер. Таким образом, дисциплина "Корпоративная культура в СМИ" призвана частично аккумулировать и актуализировать уже имеющиеся у студента знания, с другой стороны усвоение новых знаний опирается на уже имеющиеся.

Цели освоения дисциплины.

Цель дисциплины "Психология имиджа тележурналиста" заключается в формировании у студентов системных представлений о феномене имиджа, ознакомление с теоретическими основами, основными социально-психологическими механизмами и методами формирования имиджа, а также навыками и умениями их эффективного использования в процессе профессиональной деятельности.

Задачи:

- знакомство студентов с психологическими особенностями процесса создания имиджа тележурналиста, который включает развитие профессиональных качеств личности, анализ особенностей восприятия профессиональной деятельности тележурналиста, самоанализ творческого кредо тележурналиста, выработку основных слагаемых имиджа тележурналиста; представление студента об имидже как о медиапродукте;
- овладение студентами основными психологическими приемами создания образа для успешного продвижения по карьерной и профессиональной лестнице в области тележурналистики; овладение психологическими методиками разработки процесса формирования имиджа тележурналиста как медиапроекта;
- создание условий для формирования и развития основных компетенций, способствующих развитию личностных качеств будущего тележурналиста, в том числе и как специалистов в области имиджмейкерства с учетом специфики тележурналистики.

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б1.ДВ.1 Гуманитарный, социальный и экономический" основной образовательной программы 031300.62 Журналистика и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 4 курсе, 8 семестр.

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б1.ДВ.1 Гуманитарный, социальный и экономический" основной образовательной программы 031300.62 Журналистика и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 4 курсе, 7 семестр. Дисциплина "Психология имиджа тележурналиста" является составной частью гуманитарного, социального и экономического цикла, читается как дисциплина по выбору для студентов старших курсов. Она органично связана с такими дисциплинами как "Философия", "Культурология", "Основы межкультурной коммуникации", "Основы семиотики", "Современный русский язык" и т.д. Все эти курсы предшествуют изучению проблем психологии имиджа тележурналиста. Так же этому предшествуют и дополняют курсы из профессионального цикла: "Теория и методика тележурналистики", "Основы радиожурналистики и современная практика телевидения" и т.д. Для того, чтобы изучение дисциплины "Психология имиджа тележурналиста" было эффективным студенту необходимо обладать знаниями из области психологии творческой деятельности, навыками в области культуры речи, актерского мастерства и пр. Форма итогового контроля - зачет.

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

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-12 (общекультурные компетенции)	способность использовать современные достижения в области науки, самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, расширять и углублять свое научное мировоззрение
ОК-16 (общекультурные компетенции)	способность осознать основные проблемы своей предметной области, ориентироваться в постановке задачи и определять способ решения проблем
ОК-4 (общекультурные компетенции)	культура мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения
ПК-1 (профессиональные компетенции)	основательное владение системой знаний, касающихся журналистики как части системы массовой коммуникации (СМК): роль СМК и СМИ в обществе, функции журналистики, механизмы и принципы функционирования, типология СМИ, аудитория, контент, проблемы эффективности, тенденции развития медиаиндустрии, отечественные и зарубежные медиаконцепции
ПК-12 (профессиональные компетенции)	способность использовать углубленные специализированные профессиональные теоретические и практические знания для самостоятельной научно-исследовательской деятельности

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

концепции картины мира на основе сформированного мировоззрения, теории организационного развития, правовые и этические нормы при оценке последствий своей профессиональной деятельности.

2. должен уметь:

разрабатывать программы исследования (теоретического, эмпирического) и их методического обеспечения с использованием новейших средств; формулировать обоснованные психологические рекомендации прикладного профиля на основе теоретических и прикладных исследований различных аспектов имиджа тележурналиста.

3. должен владеть:

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

4. должен демонстрировать способность и готовность:

развитие профессиональных качеств личности, анализ особенностей восприятия профессиональной деятельности тележурналиста, самоанализ творческого кредо тележурналиста, выработку основных слагаемых имиджа тележурналиста; представление студента об имидже как о медиапродукте.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

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

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 8 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. Проблема определения феномена имиджа как социокультурного феномена.	8		2	2	0	Устный опрос
2.	Тема 2. . Понятийный аппарат феномена имидж и методы исследования в различных психологических направлениях.	8		2	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	
3.	Тема 3. Классификация, структура имиджа и процесс его формирования. Инструментарий и ?строительный материал? имиджа тележурналиста.	8		2	2	0	Устный опрос
4.	Тема 4. Процесс трансляции и восприятия имиджа тележурналиста. Среда функционирования имиджа.	8		2	2	0	Контрольная точка
5.	Тема 5. Психология индивидуального имиджа тележурналиста.	8		2	2	0	Эссе
6.	Тема 6. Самоменеджмент.	8		2	2	0	Творческое задание
	Тема . Итоговая форма контроля	8		0	0	0	Зачет
	Итого			12	12	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Проблема определения феномена имиджа как социокультурного феномена.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Психология имиджа как одно из направлений исследований теории и практики социальных коммуникаций. Цель и задачи психологии имиджа (психологическая и социально-психологическая диагностика, психологическое обеспечение имиджевых кампаний, разработка и реализации программ совершенствования публичного поведения клиента). Предмет и структура психологии имиджа. Методы практической психологии имиджа: диагностические, консультативные и учебно-коррекционные, методы пропаганды (рекламы), методы научного исследования. Понятие имиджа, его социально-психологическая природа. Роль имиджа в современном обществе.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Прояснение этимологии понятия ?имидж?. Реконструкция генезиса научных представлений об имидже. Позиционирование имиджа в коммуникативно-управленческой системе современного общества. Определение имиджа с точки зрения различных наук и отраслей знания. Методологическое обоснование феномена имиджа: социокультурный подход А.С. Ахиезера, коммуникативный подход (К.-О. Апель, Ю. Хабермас, Н. Луман), конструктивистский подход (Т. Лукман, П. Бергер, С. Курдюмов, Е. Князева), модель двусторонней симметричной коммуникации Д. Грюнига, принцип диалогического познания мира М.М. Бахтина, концепция интегрального пространства (AQAL-spase) К. Уилбера, феномен ?спиральной динамики? (spiral dynamics) К. Грэйвза, модель формирования эффективной системы публичных дискурсов социального субъекта М.И. Шишкиной. Феномен имиджа в современных научных исследованиях.

Тема 2. . Понятийный аппарат феномена имидж и методы исследования в различных психологических направлениях.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Феноменологический подход: К. Роджерс (?Я-концепция?). Диспозициональное направление: Г. Олпорт (?образ себя?). Когнитивное направление: Дж. Келли (Теория ролевого конструкта). Аналитическая теория личности: К.Г. Юнг (классификация архетипов). Индивидуальная теория личности: А. Адлер (?стиль жизни?). Эго-психология: Э. Эриксон (?эго-идентичность ? ролевое смешение?). Гуманистическая психология: Э. Фромм (социальные типы характера). Социально-когнитивное направление А.Бандура (?научение через моделирование?, ?достижение самоэффективности?), Дж. Роттер (?прогноз поведения?). Научающее-бихевиоральное направление: Б.Ф. Скиннер (Теория оперантного научения).

практическое занятие (2 часа(ов)):

Гуманистическое направление: А. Маслоу (иерархия потребностей). Психоаналитическое направление: З. Фрейд (методика психоанализа).

Тема 3. Классификация, структура имиджа и процесс его формирования. Инструментарий и ?строительный материал? имиджа тележурналиста.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

5.Классификация по характеристикам индуктора (Е.Б. Перелыгина): 2. Классификация имиджа по соотношению личностной и профессиональной составляющих: 3. Классификация имиджа с точки зрения факторов, его образующих: 4. Классификация имиджа по функциональному подходу: Структурные элементы имиджа. Этапы и стадии формирования имиджа. Консонантные и диссонантные схемы восприятия. Типы мотивации при создании имиджа. Имидж, ориентированный на самоощущение и восприятие. 1. Классификация имиджа по знаку 2. Классификация имиджа по соотношению личностной и профессиональной составляющих 3. Классификация имиджа с точки зрения факторов, его образующих 4. Классификация имиджа по функциональному подходу 5.Классификация по характеристикам индуктора (Е.Б. Перелыгина)

практическое занятие (2 часа(ов)):

Синонимичные понятия как компоненты создания имиджа: метафора, миф, символ, стереотип, ассоциация, репутация и др. Использование инструментария психологии имиджа в качестве методов воздействия на аудиторию: позиционирование, манипулирование, мифологизация, визуализация, НЛП, перформанс, жест, формат и др. Принципы психологического проектирования имиджа тележурналиста? принципы целостности и заданности.

Тема 4. Процесс трансляции и восприятия имиджа тележурналиста. Среда функционирования имиджа.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Понятия имиджевой коммуникации: психология масс, образно-чувственное мышление, информация, информационное пространство, модель массовой коммуникации. Прямая и косвенная имиджформирующая информация. Каналы трансляции: аудиальные, визуальные, кинестетические. Социально-психологические феномены трансляции и восприятия имиджа: интуиция, хиндсайт, социальные ожидания, фундаментальная ошибка атрибуции, установка, убеждение, оценка.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Понятия среды и социума. Символика среды, законы оформления пространства и интерьера, символ цвета и формы. Семиотика. Проксемика. Имидж и психология цвета. Имиджформирующая функция психологического пространства: законы психологического пространства, Преодоление барьеров восприятия.

Тема 5. Психология индивидуального имиджа тележурналиста.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Проблема индивида и индивидуальности в психологии. Внешняя и внутренняя мотивация по созданию имиджа. Оригинальный и наведенный виды имиджа. Имидж ориентированный на самооощение и имидж ориентированный на восприятие. Я-концепция и Я-образ. Взаимоотношения имиджа, Я-реального, Я-идеального и Образа Я у других. Механизмы каузальной атрибуции. Имплицитная теория личности. Типологии личности как основа для оценки имиджевой предрасположенности потребителей. Тело, лицо, поведение человека как объект его имиджа.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Закономерности зрительного восприятия лица и фигуры человека. Психологическая характеристика стилей одежды. Применение в имеджмейкинге концепций конституциональной психологии Э.Кречмера и С.Шелдона. Совершенствование рефлексивно-перцептивных способностей. Развитие способностей по диагностике и экспрессии эмоционального состояния. Самопрезентация. Факторы восприятия личности в общественном сознании. Использование психодиагностики для создания психологического портрета личности. Тесты, опросники, контент-анализ, биографический метод, наблюдение и особенности их применения. Критерии эффективности индивидуального имиджа.

Тема 6. Самоменеджмент.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Необходимость, природа и преимущества самоменеджмента. Симптомы и причины нерациональной организации труда руководителей. Инструменты самоменеджмента: ?кривая жизни?, временной ряд для ранжирования жизненных целей, анализ своих сильных и слабых сторон, установление приоритетов с помощью анализа АБВ и принципа Эйзенхауэра. Делегирование. Диагностика и мониторинг имиджа.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Навыки эффективной самопрезентации имиджа (самомаркетинг, техники эффективного общения, вербальные и невербальные средства трансляции имиджа, стратегии эффективного влияния, синтоническая модель общения, психотехника формирования аттракции). Критерии оценки имиджа: самооощение, появление планируемых оценок со стороны окружающих, практическое достижение планируемой интеракции при субъективной уверенности, что она достигнута при помощи имиджа. Имидж и должностные обязанности специалиста по социальным коммуникациям. Общее и различия в исследованиях персонального, корпоративного и предметного имиджа. Практические методики оценки имиджа.

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. Проблема определения феномена имиджа как социокультурного феномена.	8		подготовка к устному опросу	8	устный опрос
2.	Тема 2. . Понятийный аппарат феномена имидж и методы исследования в различных психологических направлениях.	8		подготовка к устному опросу	8	устный опрос

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
3.	Тема 3. Классификация, структура имиджа и процесс его формирования. Инструментарий и ?строительный материал? имиджа тележурналиста.	8		подготовка к устному опросу	8	устный опрос
4.	Тема 4. Процесс трансляции и восприятия имиджа тележурналиста. Среда функционирования имиджа.	8		подготовка к контрольной точке	8	контрольная точка
5.	Тема 5. Психология индивидуального имиджа тележурналиста.	8		подготовка к эссе	8	эссе
6.	Тема 6. Самоменеджмент.	8		подготовка к творческому заданию	8	творческое задание
	Итого				48	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Методика преподавания дисциплины

При проведении занятий предусмотрено использование активных и интерактивных технологий (проблемные лекции, электронные презентации, диспуты, круглые столы, проектная работа в группах и др.) в сочетании с внеаудиторной работой студентов. Идея многоплановости психологии знания и ее взаимодействия с областью СМИ может быть реализована в курсе по преимуществу посредством использования новых информационных технологий, в частности, презентаций, демонстрирующие процесс развития двух областей знания и т.д.

Методические рекомендации для преподавателя

Освоение курса "Психология имиджа тележурналиста" может вызвать серьезные затруднения у студентов по нескольким взаимообусловленным причинам, таким как недостаточный объем базовых знаний по психологии, отсутствие широких познаний о современных СМИ, их направлений деятельности, идеологической и культурной позиции, целях издания (телеканала), аудитории. Эффективными способами учебной деятельности при изучении дисциплины "Психология имиджа тележурналиста" являются сочетание теоретических материалов с практическим применением полученных знаний в анализе текущей ситуации в СМИ, активизацией самостоятельной исследовательской и аналитической деятельности студента.

Методические рекомендации для студентов

Успешное освоение данной дисциплины зависит прежде всего от систематичности и полноты выполнения рекомендуемых теоретических, практических, контрольного заданий, от точного выполнения методических рекомендаций, которые получает студент на лекционных занятиях и на консультациях с преподавателем.

При подготовке к практическим занятиям, прежде всего, следует доработать лекционный материал, учесть рекомендации преподавателя. Необходимо изучить соответствующие разделы рекомендованного учебника или учебного пособия, продумать и определить свою позицию по сложным, актуальным дискуссионным вопросам обсуждаемой темы. Желательно в процессе подготовки к одному из вопросов плана занятия обратиться к дополнительной литературе и подготовить по этому вопросу развернутое выступление.

При выборе учебного пособия следует исходить из того, учтены ли в нем требования государственного стандарта высшего образования. Предпочтите издания, в аннотации к которым прямо сказано, что они написаны в соответствии с этим документом. В противном случае необходимо ознакомиться с оглавлением книги и убедиться, что изучение ее может обеспечить выполнение названных требований.

При подготовке к семинарским занятиям, руководствуясь планом и списком рекомендуемой литературы, необходимо изучить тему так, чтобы по каждому вопросу вы могли бы дать развернутый, обстоятельный ответ. Целесообразно составить планы-тезисы выступления.

Большую роль в освоении курса играет самостоятельная работа обучаемого, и это время необходимо продуктивно использовать для глубокого и творческого освоения богатого программного материала.

Формой контроля по курсу является зачет. Ориентируясь на требования государственного стандарта и прилагаемый список вопросов, необходимо систематизировать знания, полученные в результате изучения лекционного материала, практических занятий, базового учебного пособия, справочной и дополнительной литературы, в процессе подготовки к семинарам, в ходе самостоятельной работы.

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

Тема 1. Проблема определения феномена имиджа как социокультурного феномена.

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы: Прояснение этимологии понятия ?имидж?. Реконструкция генезиса научных представлений об имидже. Позиционирование имиджа в коммуникативно-управленческой системе современного общества. Определение имиджа с точки зрения различных наук и отраслей знания. Методологическое обоснование феномена имиджа: социокультурный подход А.С. Ахиезера, коммуникативный подход (К.-О. Апель, Ю. Хабермас, Н. Луман), конструктивистский подход (Т. Лукман, П. Бергер, С. Курдюмов, Е. Князева), модель двусторонней симметричной коммуникации Д. Грюнига, принцип диалогического познания мира М.М. Бахтина, концепция интегрального пространства (AQAL-spase) К. Уилбера, феномен ?спиральной динамики? (spiral dynamics) К. Грэйвза, модель формирования эффективной системы публичных дискурсов социального субъекта М.И. Шишкиной. Феномен имиджа в современных научных исследованиях. Методические указания по теме 1.

Дополнительная литература: ? Забазнова Е.М. Влияние Я-концепции на формирова?ние конгруэнтного имиджа личности. Автореф. дис. ... канд. психол. наук. Краснодар, 2001. ? Занковская Т. Опыт отбора и найма персонала в пред?ставительстве иностранной компании // Персонал, 2000.

Тема 2. . Понятийный аппарат феномена имидж и методы исследования в различных психологических направлениях.

устный опрос , примерные вопросы:

Рекомендуется до занятия ознакомиться с понятиями ?имиджмейкер?, ?Психосемиотика общения?. Источники: ? <http://www.rabotka.ru/infoworker/019.php> ?

<http://www.managerlines.ru/linems-622-2.html> ?

<http://ob-svyazy.ru/lektcii-po-osnovam-teorii-kommunikatsii/26-osnovy-semioticheskoy-kommunikatsii-pragm>

Тема 3. Классификация, структура имиджа и процесс его формирования.

Инструментарий и ?строительный материал? имиджа тележурналиста.

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы: Синонимичные понятия как компоненты создания имиджа: метафора, миф, символ, стереотип, ассоциация, репутация и др. Использование инструментария психологии имиджа в качестве методов воздействия на аудиторию: позиционирование, манипулирование, мифологизация, визуализация, НЛП, перформанс, жест, формат и др. Принципы психологического проектирования имиджа тележурналиста? принципы целостности и заданности. Методические рекомендации по теме 3. Дополнительная литература: ? Змановская Е.В. Руководство по управлению личным имиджем. ? СПб, 2005. ? Карцева Е. Н. Три лица имиджа, или Кое-что об искусстве внушения // Иностран. лит. - 1971. - ♦ 2. ? Психологический практикум. Межличностные отношения: Методические рекомендации. СПб.: Издательство ?Речь?, 2003. ? 40 с.

Тема 4. Процесс трансляции и восприятия имиджа тележурналиста. Среда функционирования имиджа.

контрольная точка , примерные вопросы:

Промежуточный контроль проводится в виде теста.

Тема 5. Психология индивидуального имиджа тележурналиста.

эссе , примерные темы:

Тема: Значение имиджа тележурналиста для карьеры.

Тема 6. Самоменеджмент.

творческое задание , примерные вопросы:

Упражнение Тайм-менеджмент. Это действие или процесс тренировки сознательного контроля над количеством времени, потраченного на конкретные виды деятельности, при котором специально увеличиваются эффективность и продуктивность. Управление временем может помочь рядом навыков, инструментов и методов, используемых при выполнении конкретных задач, проектов и целей. Этот набор включает в себя широкий спектр деятельности, а именно: планирование, распределение, постановку целей, делегирование, анализ временных затрат, мониторинг, организация, составление списков и расстановка приоритетов. Изначально управление приписывалось только бизнесу или трудовой деятельности, но со временем термин расширился, включив личную деятельность с таким же основанием. Система управления временем составляет сочетание процессов, инструментов, техник и методов. Обычно управление временем является необходимостью в развитии любого проекта, поскольку определяет время завершения проекта и масштаб.

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

Билет состоит из двух вопросов. В свое ответе студент должен раскрыть не только знание по психологии имиджа тележурналиста, но и знание современного контекста СМИ и корпоративной культуры СМИ, а также продемонстрировать навыки работы с проблемами медиапсихологического характера на примере СМИ.

Теоретические вопросы к зачету:

1. Цель и задачи психологии имиджа (психологическая и социально-психологическая диагностика, психологическое обеспечение имиджевых кампаний, разработка и реализации программ совершенствования публичного поведения клиента).
2. Понятие имиджа, его социально-психологическая природа.
3. Роль имиджа в современном обществе.
4. Позиционирование имиджа в коммуникативно-управленческой системе современного общества.
5. Методы исследования имиджа в различных психологических направлениях.
6. Этапы и стадии формирования имиджа.
7. Использование инструментария психологии имиджа в качестве методов воздействия на телеаудиторию.
8. Понятия имиджевой коммуникации: психология масс, образно-чувственное мышление, информация, информационное пространство, модель массовой коммуникации.

9. Социально-психологические феномены трансляции и восприятия имиджа тележурналиста: интуиция, хиндсайт, социальные ожидания, фундаментальная ошибка атрибуции, установка, убеждение, оценка.
10. Тело, лицо, поведение человека как объект его имиджа.
11. Закономерности зрительного восприятия лица и фигуры человека.
12. Психологическая характеристика стилей одежды.
13. Диагностика и мониторинг имиджа.
14. Необходимость, природа и преимущества самоменеджмента.
15. Навыки эффективной самопрезентации имиджа
16. Критерии оценки имиджа: самоощущение, появление планируемых оценок со стороны окружающих, практическое достижение планируемой интеракции при субъективной уверенности, что она достигнута при помощи имиджа.
17. Убеждение и внушение как два неразрывно связанных процесса. Особенности убеждаемой и внушаемой аудиторий.
18. Приемы метода убеждения.
19. Приемы метода внушения.
20. Социокультурные особенности восприятия имиджа журналиста. Аудитория в контексте технологии пропаганды.

7.1. Основная литература:

1. Горчакова, В. Г. Имиджология. Теория и практика [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов / В. Г. Горчакова. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 335 с.
<http://znanium.com/bookread2.php?book=391202>
2. Гуревич, П. С. Психология рекламы [Электронный ресурс]: Учебник для студентов вузов / П. С. Гуревич. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 287 с. - (Серия 'Учебники профессора П. С. Гуревича'). <http://znanium.com/bookread2.php?book=390343>

7.2. Дополнительная литература:

1. Цвик, В. Л. Телевизионная журналистика [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 030601 'Журналистика' / В. Л. Цвик. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. <http://znanium.com/bookread2.php?book=394929>
2. Марков А. А. Теория и практика массовой информации: Учебник / А.А. Марков, О.И. Молчанова, Н.В. Полякова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 252 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-006505-2, 500 экз. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=394706>

7.3. Интернет-ресурсы:

- Имидж журналиста - <http://jurfa.narod.ru/arxiv/5/rabct.pdf>
Информационный портал - <http://zsj.ru/imidzh-zhurnalista.html>
О политике, экономике, СМИ - <http://rus-polit.livejournal.com/1630146.html>
Основы журналистики - http://www.textfighter.org/text8/29_auditorii_imidzha_mozhno_5.php
ПСИ-фактор - Центр практической психологии - <http://psyfactor.org/lib/time-management-2.htm>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Психология имиджа тележурналиста" 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.

Освоение дисциплины "Психология имиджа тележурналиста" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения: мультимедийный компьютер, мультимедиапроектор, средства телекоммуникации (электронная почта, выход в Интернет), экран.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 031300.62 "Журналистика" и профилю подготовки Телевидение .

Автор(ы):

Шакурова А.Р. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Андреева Ю.В. _____

"__" _____ 201__ г.