

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)**

Ярославский филиал Финуниверситета

**Кафедра «Государственное и муниципальное управление и медиакомму-
никации»**

СОГЛАСОВАНО

Генеральный директор АО
«Городской телеканал»



С.Н. Гончаров

«10» июня 2025 г.

УТВЕРЖДЕНО

Директор Ярославского филиала
Финансового университета при
Правительстве Российской Федерации



В.А. Кваша

«17» июня 2025 г.

Автор: И.В. Шустина

ИМИДЖЕЛОГИЯ

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки
42.04.05 «Медиакоммуникации», направленность программы «Проектная де-
ятельность в медиакоммуникациях»
(заочная форма обучения)

*Рекомендовано Ученым советом Ярославского филиала Финуниверситета
(протокол № 26 от 17.06.2025)*

*Одобрено кафедрой «Государственное и муниципальное управление и медиа-
коммуникации»
(протокол № 11 от 10.06.2025)*

Ярославль 2025

СОДЕРЖАНИЕ

1. Наименование дисциплины.....	3
2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине	3
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	3
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся (в семестре, в сессию)	4
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий	4
5.1. Содержание дисциплины	4
5.2. Учебно-тематический план	5
5.3. Содержание семинаров, практических занятий	6
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	7
6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы.....	7
6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю	8
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	11
7.1 Перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения в процессе освоения образовательной программы.....	11
7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний	11
7.3. Соответствующие приказы, распоряжения ректората о контроле уровня освоения дисциплин и сформированности компетенций студентов.....	14
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	14
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	15
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	15
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем	16
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	16

1. Наименование дисциплины

Дисциплина Б.1.2.2.4.2. «Имиджелогия»

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

Дисциплина «Имиджелогия» обеспечивает формирование следующих компетенций.

Таблица 1 – Структура планируемых результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесённые с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
ОПК-2	Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиа-текстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	1. Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов	<i>Знает:</i> структуру, основные социальные и политические институты и процессы, характеризующие современное общество <i>Умеет:</i> анализировать социально-политические процессы и ситуации, выявлять причинно-следственные связи
		2. Соблюдает принцип беспристрастности и баланс интересов в создаваемых медиапроектах и (или) медиапродуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов	<i>Знает:</i> принципы, правила и технологии взаимодействия с общественными и государственными институтами <i>Умеет:</i> разрабатывать коммуникационные проекты и продукты с учетом беспристрастного освещения деятельности общественных и государственных институтов
ОПК-7	Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	1. Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности	<i>Знает:</i> характер современных социальных практик. <i>Умеет:</i> конструировать коммуникативные сообщения в соответствии с запросами аудитории.
		2. Оценивает корректность творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами в медиаотрасли	<i>Знает:</i> критерии оценки эффектов и последствий собственной профессиональной, в том числе творческой, деятельности <i>Умеет:</i> разрабатывать медиапродукт и создавать его варианты для обеспечения ожидаемых эффектов

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Имиджелогия» является дисциплиной модуля дисциплин по выбору, углубляющие освоение программы магистратуры, части, формируемой участниками образовательных отношений, образовательной программы по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации, направленность про-

граммы «Проектная деятельность в медиакommunikациях», заочная форма обучения.

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся (в семестре, в сессию)

Таблица 2 – Объем дисциплины в зачетных единицах и академических часах

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр (модуль) 8 в (часах)
Общая трудоёмкость дисциплины	23.е./72ч.	72
Контактная работа – Аудиторные занятия	12	12
<i>Лекции</i>	4	4
<i>Семинары, практические занятия</i>	8	8
Самостоятельная работа	60	60
Вид текущего контроля		Домашнее творческое задание
Вид промежуточной аттестации		Зачет

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Имидж. Основы имиджелогии.

Структура имиджа и его составляющие. Имидж и реальность. Сущность и психологические особенности создания образа. Соотношение понятий «имидж» и «образ», «имидж» и «репутация». История зарождения понятия имиджа. Персонификация и идентификация как важная характеристика при создании образа. Устойчивость и запоминаемость имиджа.

Тема 2. Виды имиджформирующей информации.

Методы эффективного воздействия на аудиторию, или инструментарий имиджелогии. Особенности восприятия информации, формирующей имидж. Прямая и косвенная информация и ее источники. Механизмы и способы овладения имиджем. Позиционирование, манипулирование, эмоционализация, детализация и вербализация действительности как эффективный инструментарий имиджелогии

Тема 3. Технологии формирования имиджа.

Особенности и функции внешнего имиджа. Технология и специфика формирования кинетического имиджа. Невербальные индикаторы. Значимость вербального компонента имиджа (вербальный имидж). Способы формирования позитивного вербального имиджа. Этикет и его значение в деловых контактах.

Тема 4. Имиджевые коммуникации.

Ритуальное поведение и ответственный поступок. Речевая коммуникация и языковые механизмы: стереотипы речевых актов и форм речевого поведения, фреймы и клише. Ошибки в речи и выступлениях. Анализ коммуникативного поведения и умения вести диалог как имиджформирующих элементов

Тема 5. Имидж политического лидера.

Составляющие имиджа политического лидера: персональные качества, социальные характеристики, система идеологических взглядов, политических убеждений, представление политика о самом себе, стиль принятия решений, стиль межличностных отношений. Стереотипы и их роль в восприятии и создании имиджа политика. Методы исследования ожидания целевой аудитории (фокус-группы).

Тема 6. Имидж организации

Структура имиджа компании. Визуальный стиль как внешняя составляющая имиджа компании. Особенности формирования корпоративного имиджа. Значение PR в формировании корпоративного имиджа. Фирменный стиль. Целостность имиджа компании. Корпоративная культура как совокупность разделяемых членами корпорации норм, ценностей компании. Функции и основные элементы корпоративной культуры. Материальные и моральные факторы, способствующие росту имиджа. Корпоративная культура.

5.2. Учебно-тематический план

Таблица 3 – Содержание учебно-тематического плана изучения дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах						Формы те- кущего кон- троля успе- ваемости
		Все го	Аудиторная работа				Само- стоя- тельная работа	
			Об- щая	Лекции	Семи- нары и практи- ческие занятия	Занятия в интерактив- ных формах		
1	Тема 1. Имидж. Основы имид- желогии.	11	1	1		1	10	Опрос, вы- полнение заданий
2	Тема 2. Виды имиджформи- рующей ин- формации.	11	1	1		1	10	Опрос, вы- полнение заданий
3	Тема 3. Техно- логии форми- рования имид- жа.	13	3	1	2	1	10	Опрос, вы- полнение заданий Подготовка домашнего творческого задания

4	Тема 4. Имиджевые коммуникации	13	3	1	2	1	10	Опрос, контрольной работы Подготовка домашнего творческого задания
5	Тема 5. Имидж политического лидера.	12	2		2	1	10	Опрос, контрольной работы. Подготовка домашнего творческого задания
6	Тема 6. Имидж организации.	12	2		2	1	10	Опрос, контрольной работы
	В целом по дисциплине	72	12	4	8	6	60	
	Итого в %		100			50		

5.3. Содержание семинаров, практических занятий

Таблица 4 – Темы дисциплины, формы проведения и содержание семинаров и практических занятий

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8,9 (указывается раздел и порядковый номер источника)	Формы проведения занятий
Тема 1. Имидж. Основы имиджелогии.	Вопросы к практическому занятию 1. Структура имиджа и его составляющие. 2. Имидж и реальность. 3. Сущность и психологические особенности создания образа. 4. Персонификация и идентификация как важная характеристика при создании образа. 5. Устойчивость и запоминаемость имиджа. <i>Рекомендуемые источники: раздел 8: 1-6; раздел 9: 1-8.</i>	Опрос, выполнение заданий
Тема 2. Виды имиджформирующей информации.	Вопросы к практическому занятию 1. Особенности восприятия информации, формирующей имидж. 2. Прямая и косвенная информация и ее источники. 3. Механизмы и способы овладения имиджем. 4. Позиционирование, манипулирование, эмоционализация, детализация и вербализация действительности как эффективный инструментарий имиджелогии <i>Рекомендуемые источники: раздел 8: 1-6; раздел 9: 1-8.</i>	Опрос, выполнение заданий
Тема 3. Технологии формирования имиджа.	Вопросы к практическому занятию 1. Особенности и функции внешнего имиджа. 2. Технология и специфика формирования кинетического имиджа. 3. Невербальные индикаторы. 4. Значимость вербального компонента имиджа (вербальный имидж).	Опрос, выполнение заданий

	5. Способы формирования позитивного вербального имиджа. <i>Рекомендуемые источники: раздел 8: 1-6; раздел 9: 1-8.</i>	
Тема 4. Имиджевые коммуникации	Вопросы к практическому занятию 1. Ритуальное поведение и ответственный поступок. 2. Речевая коммуникация и языковые механизмы: стереотипы речевых актов и форм речевого поведения, фреймы и клише. 3. Анализ коммуникативного поведения 4. Умения вести диалог как имиджформирующих элементов <i>Рекомендуемые источники: раздел 8: 1-6; раздел 9: 1-8.</i>	Опрос, выполнение заданий
Тема 5. Имидж политического лидера.	Вопросы к практическому занятию 1. Составляющие имиджа политического лидера: • персональные качества, • социальные характеристики, • система идеологических взглядов, политических убеждений, • представление политика о самом себе, • стиль принятия решений, • стиль межличностных отношений. 2. Стереотипы и их роль в восприятии и создании имиджа политика. <i>Рекомендуемые источники: раздел 8: 1-6; раздел 9: 1-8.</i>	Опрос, выполнение заданий
Тема 6. Имидж организации.	Вопросы к практическому занятию 1. Структура имиджа компании. 2. Визуальный стиль как внешняя составляющая имиджа компании. 3. Особенности формирования корпоративного имиджа. 4. Значение PR в формировании корпоративного имиджа. 5. Целостность имиджа компании. 6. Корпоративная культура как совокупность разделяемых членами корпорации норм, ценностей компании. 7. Функции и основные элементы корпоративной культуры. 8. Материальные и моральные факторы, способствующие росту имиджа. 9. Корпоративная культура. <i>Рекомендуемые источники: раздел 8: 1-6; раздел 9: 1-8</i>	Опрос, выполнение заданий

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

К внеаудиторным формам самостоятельной работы студентов относятся:

- подготовка к семинарскому занятию;

- подготовка домашнего творческого задания;
- подготовка к зачету.

На семинарских занятиях все студенты должны принимать активное участие в обсуждении изучаемых вопросов и уметь демонстрировать знание практического материала. При выступлении, студентам необходимо аргументировано излагать свою позицию, подкреплять ее конкретными данными, уметь обобщать, аргументировать и систематизировать статистические данные.

На семинарских занятиях преподаватель проверяет выполнение самостоятельных заданий и качество усвоения знаний.

Таблица 5 – Темы дисциплины, изучаемые вопросы и формы внеаудиторной самостоятельной работы

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Тема 1. Имидж. Основы имиджелогии.	Соотношение понятий «имидж» и «образ», «имидж» и «репутация». История зарождения понятия имиджа.	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу. Подготовка к интерактивным занятиям.
Тема 2. Виды имиджформирующей информации.	Методы эффективного воздействия на аудиторию, или инструментарий имиджелогии.	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу. Подготовка к интерактивным занятиям.
Тема 3. Технологии формирования имиджа.	Этикет и его значение в деловых контактах. Этикет внешнего вида. Этикет деловых подарков. Этикет переговоров.	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу. Подготовка к интерактивным занятиям
Тема 4. Имиджевые коммуникации	Ошибки в речи и выступлениях и их влияние на имидж.	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу.
Тема 5. Имидж политического лидера.	Методы исследования ожидания целевой аудитории (фокус-группы).	Подготовка к интерактивным занятиям
Тема 6. Имидж организации.	Фирменный стиль: роль фирменного стиля, составляющие фирменного стиля. Требования к разработке фирменного стиля	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу.

6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

Примерная тематика домашнего творческого задания

1. Какую роль играет имидж компании сегодня?
2. Имидж политика, какова его роль?
3. Какие возможности есть у соцсетей для формирования имиджа компании?
4. Почему современные политики уделяют много внимания формированию имиджа?

5. Что главное в имидже руководителя: форма или содержание?

Оценка знаний студентов осуществляется в баллах с учетом оценки работы в семестре (написание домашнего творческого задания, аудиторных самостоятельных работ и домашних заданий, решение задач и участие в обсуждениях на практических занятиях и др.), оценки итоговых знаний (по результатам зачета) и в соответствии с критериями Финансового университета реализуется следующим образом:

№п/п	Вид отчетности	Баллы
1.	Работа в семестре	40
2.	Зачет	60
	Итого:	100

Таблица 6 - Формы текущего контроля успеваемости и их балльная оценка

Критерий оценки	Баллы	Методика оценки
Посещение аудиторных занятий	7	Математический расчет $Оц=7 : Кз \times Пз$ Где Оц – сумма баллов; Кз – количество аудиторных занятий по дисциплине; Пз – количество занятий, посещаемых студентом
Активность при проведении аудиторных занятий	13	Участие в дебатах – 10 баллов Информационное сообщение – 5 баллов Участие в обсуждении – 3 балла Краткое выступление – 1 балл Выполнение заданий – 5 баллов Выполнение домашнего творческого задания - 5 баллов
Активность при проведении вне-аудиторной работы	10	Подготовка материалов и выступление на студенческих научных конференциях, в печатных изданиях, в том числе и Университета - 10 баллов
Самостоятельная работа студента под руководством преподавателя	10	Подготовка к участию в дебатах – 5 баллов Сбор материалов по темам – 5 баллов

С целью стимулирования систематической подготовки студентов к практическим и семинарским занятиям по дисциплине в течение семестра вводится комплексный подход к оценке, получаемой студентами по итогам изучения дисциплины. На основании положения о системе оценки знаний студентов в Финансовом университете действует 100-балльная система оценки знаний. Это означает, что оценка, получаемая по итогам письменной экзаменационной работы, состоит из двух частей: текущего контроля студентов в семестре — максимальная оценка 40 баллов и результатов промежуточной аттестации — максимальная оценка 60 баллов.

Текущий контроль осуществляется в ходе учебного процесса и кон-

сультирования студентов, по результатам выполнения самостоятельных работ. Основными формами текущего контроля знаний являются:

а. решение задач, тестов и их обсуждение с точки зрения умения формулировать выводы, вносить рекомендации и принимать адекватные управленческие решения;

б. выполнение домашнего творческого задания и обсуждение результатов.

Вторая составляющая оценивает устный ответ на зачете и не может превышать 60 баллов.

40 баллов, полученные студентом в течение семестра, должны означать самую высокую характеристику его работы. Такой балл получают студенты, которые на практических занятиях систематически показывают высокие результаты при опросах, проявляют активность при обсуждении изучаемых проблем, в полном объеме выполняют учебную программу, не имеют пропусков.

Максимальная оценка ответа на зачете оценивается в 60 баллов. Каждый вопрос в билете имеет свою долю в общей оценке в зависимости от сложности. Например, за первый теоретический вопрос максимально оценивается 15 баллов, два следующих теоретических вопроса оцениваются по 10 баллов, задача — максимально 15 баллов и пять тестов — по 2 балла каждый правильно решенный тест.

Балльная система аттестации:

- студент, получивший от 50 до 100 баллов, считается аттестованным, получивший от 0 до 49 баллов - не аттестованным;

- студент, получивший от 50 до 69 баллов, считается аттестованным на «удовлетворительно»;

- студент, получивший от 70 до 85 баллов, считается аттестованным на «хорошо»;

- студент, получивший от 86 до 100 баллов, считается аттестованным на «отлично».

Таким образом, если студент по итогам работы в семестре набирает 21 балл, а по итогам письменной работы — 60 баллов, то общая сумма 81 балл соответствует окончательной оценке 4 «хорошо».

Если студент подошел к зачету с оценкой 0 баллов, то при безупречном качестве письменной экзаменационной работы он может получить итоговую оценку по данной дисциплине только 60 баллов, что соответствует оценке «удовлетворительно».

О данном подходе к оценке знаний студентов преподаватель информирует студентов на первом семинарском (практическом) занятии. На последнем семинарском занятии студентам сообщается оценка, которую они получают по итогам работы в семестре.

Студенты могут улучшить свою оценку по итогам работы в семестре за счет отработки пропущенных занятий или полученных неудовлетворительных оценок на семинарах. Вместе с тем, все отработки могут быть осуществ-

лены в консультационные дни в период не более двух консультаций с момента получения оценки «неудовлетворительно» или пропуска занятий. Только в случае болезни студент может отрабатывать пропуски в более поздние сроки.

Отработка пропусков, имевших место по причине работы студентов во время занятий, не допускается.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

7.1 Перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения в процессе освоения образовательной программы

Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины, содержится в разделе 2 «Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине».

7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний

Примерный перечень вопросов для подготовки к сдаче зачета

1. Сущность и особенности понятия имидж.
2. История зарождения понятия имидж.
3. Привыкаемость к имиджу, его устойчивости, запоминаемости.
4. Прямая и косвенная информация.
5. Психология превращения информации в мнение.
6. Принципы технологии формирования имиджа.
7. Имиджевые коммуникации.
8. Осознанное и неосознанное формирование имиджа.
9. Имиджмейкер и его функции.
10. Личностный и профессиональный имидж.
11. Вербальный имидж и его роль.
12. Кинетический имидж.
13. Влияние паравербальной информации на имидж.
14. Составляющие имиджа политического лидера.
15. Стереотипы и их роль в создании имиджа
16. Методы исследования ожиданий целевой аудитории
17. Коммуникативные характеристики личности политика
18. Сознательная и подсознательная информация и их роль в возникновении мнения
19. Структура имиджа и его составляющие.
20. Формы и методы создания имиджа персоны.
21. Имидж и социальный стереотип.
22. Особенности создания имиджа в шоубизнесе.

23. Стратегическое планирование PR компании.
24. Профессиональные качества, знания и навыки, необходимые специалисту по имиджу
25. Взаимодействие PR и рекламы в процессе формирования корпоративного имиджа.
26. «Видимые» и «невидимые» элементы корпоративной культуры.
27. «Герои» компании как важный составной элемент корпоративной культуры.
28. Факторы, способствующие росту имиджа.
29. Структура имиджа компании.
30. Имидж политического лидера.
31. Технологии создания имиджа политического лидера.
32. Коммуникативное поведение политика.
33. Стили коммуникативного поведения политического лидера в официальной и неофициальной обстановке.
34. Составляющие имиджа политического лидера.

Примеры заданий

Задание 1. Вам нужно разработать имидж мэра г. Ярославля. Для этого нужно провести аналитическое изыскание. Выделите имиджевые параметры, проанализируйте по данным параметрам имидж мэров областных центров ЦФО. Выделите слабые и сильные стороны.

Задание 2. На основе проведенного анализа (см. задание 1) разработайте и обоснуйте план построения имиджа мэра г. Ярославля. Проведите публичную презентацию.

Задание 3. Проанализируйте имидж одной из компаний ЯО. Какие рекомендации по его поддержанию или смене вы можете дать? Обоснуйте свои предложения.

Задание 4. Проанализировать официальные выступления, заявления губернатора ЯО. Разработать рекомендации по организации публичных выступлений с целью формирования благоприятного имиджа.

Задание 5. Напишите губернатору ЯО текст выступления на вручении золотых медалей выпускникам школ.

Пример билета на зачет

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования**

**«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Ярославский филиал Финуниверситета)**

Кафедра «Государственное и муниципальное управление и медиакоммуникации»
Дисциплина «Имиджелогия»

Филиал Ярославский
 Форма обучения Заочная
 Модуль 8 Направление 42.04.05 «Медиакоммуникации»
 Профиль «Проектная деятельность в медиакоммуникациях»

БИЛЕТ № 1

№ п/п	Вопросы билета	Максимальный балл
1	Влияние паравербальной информации на имидж.	15
2	Структура имиджа компании.	15
3	Вы сотрудник пресс-службы предприятия «Русские краски». Какие информационные поводы можно предложить СМИ, чтобы способствовать созданию благоприятного имиджа компании.	30

Подготовил

И.В. Шустина

Утверждаю:

Заведующий кафедрой

К.Ю. Проскурнова

«Государственное и муниципальное управление и медиакоммуникации»

Дата _____ 20__ г.

Таблица 7 – Примеры оценочных средств для проверки сформированности компетенции

Компетенция	Типовые задания
ОПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	1. Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов Задание 1. Проанализируйте запись пресс-конференции. Назовите недочеты и ошибки, допущенные руководителем. Какие действия, слова, элементы внешнего вида, поведения могли навредить имиджу компании? Как это исправить? 2. Соблюдает принцип беспристрастности и баланс интересов в создаваемых медиапроектах и (или) медиапродуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов Задание 1. Проанализировать контент, посвященный одному из промышленных предприятий Ярославской области, в региональных и федеральных СМИ за год. Сделать вывод о формируемом имидже компании. Какие рекомендации можно дать пресс-службе по совершенствованию имиджа.
ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	1. Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности Задание 1. Какие требования к внешнему виду руководителя компании предъявляются для формирования благоприятного имиджа? 2. Оценивает корректность творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами в медиаотрасли Задание 1. Вы сотрудник пресс-службы компании «Тензор». Вам нужно составить текст выступления руководителя компании на пресс-конференции, посвященной внедрению нового продукта.

7.3. Соответствующие приказы, распоряжения ректората о контроле уровня освоения дисциплин и сформированности компетенций студентов.

Приказ от 01 октября 2024 года №2187/о «Об утверждении Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов, обучающихся по образовательным программам высшего образования в Финансовом университете», размещенный по ссылке: [https://www.fa.ru/upload/iblock/845/yqw4vi0gi21glvu9775bfm4rz6p19b0z/Prikaz - 2187_o-ot-01.10.2024.pdf](https://www.fa.ru/upload/iblock/845/yqw4vi0gi21glvu9775bfm4rz6p19b0z/Prikaz_-_2187_o-ot-01.10.2024.pdf)

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Нормативные правовые акты

1. «Конституция Российской Федерации» (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020)
2. О средствах массовой информации: Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 30.12.2020)
3. О противодействии экстремистской деятельности: Закон РФ от 25 июля 2002 года № 114-ФЗ;
4. О рекламе: Закон РФ № 18-ФЗ (22.02.2006)
5. О защите прав потребителей от недобросовестной рекламы: Указ Президента РФ от 10 июня 1994 г. № 1183.
6. О защите прав потребителей: Закон РФ в ред. 1996 г.
7. Порядок рассмотрения дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе: Зарегистрирован в Министерстве юстиции РФ 21 ноября 1995 г. Регистрационный № 985.
8. Международный кодекс рекламной практики – Париж: SOVERO (Международная торговая палата), 1987 г.
9. «Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» от 30.12.2001 N 195-ФЗ (ред. от 30.12.2020)

а) основная литература

1. Сальникова, Л. С. Репутационный менеджмент. Современные подходы и технологии : учебник для вузов / Л. С. Сальникова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 305 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08505-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450009>
2. Корпоративная социальная ответственность : учебник и практикум для вузов / Э. М. Коротков [и др.] ; под редакцией Э. М. Короткова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 429 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07332-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468747>

3. Тульчинский, Г. Л. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом : учебное пособие для вузов / Г. Л. Тульчинский, В. И. Терентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 255 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05503-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/471939>

б) дополнительная литература

4. Колесников, А. В. Корпоративная культура : учебник и практикум для вузов / А. В. Колесников. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 167 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02520-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/470006>

5. Кузнецова, Е. В. Управление портфелем проектов как инструмент реализации корпоративной стратегии : учебник для вузов / Е. В. Кузнецова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 177 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07425-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451359>

6. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09415-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454486>

7. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью. Практикум : учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 173 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06706-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/474171>

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>
2. Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
3. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОН-ЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>
4. Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znanium.com>
5. Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» <https://www.biblio-online.ru/>
6. Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
7. Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/>
8. Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки <https://dvs.rsl.ru/>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Наименование методических материалов для обучающихся	Год утверждения	Местонахождение материала (ссылка на сайт филиала)
Шустина И.В.. Методические рекомендации по выполнению домашнего	2024	https://cloud.mail.ru/public/CnoV/cYBRvyAHR

творческого задания по дисциплине «Имиджелогия» для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.04.05 «Медиакоммуникации».		
Приказ Финуниверситета от 14.05.2021 г. № 1040/о «Об утверждении методических рекомендаций по планированию и организации внеаудиторной самостоятельной работы студентов по образовательным программам бакалавриата и магистратуры Финансовом университете»		https://www.fa.ru/upload/iblock/dc2/a5qpi6qb0k0l6jz01c4g9y1cv5x35ey3/Prikaz_-1040_o-ot-11.05.2021.PDF

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем

11.1. Комплект лицензионного программного обеспечения:

1. Компьютерные программы общего назначения Windows, Microsoft Office.
2. Антивирусная программа.

11.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Таблица 8 – Используемые профессиональные базы данных и информационные справочные системы.

№п/п	Название рекомендуемых технических и компьютерных средств обучения	Наименование разделов и тем
1	Справочная правовая система Консультант Плюс».	Темы 1-6

11.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации: не предусмотрены.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Материально-техническая база, которой располагает Ярославский филиал Финуниверситета: аудиторный фонд, компьютерные классы и др.

Лекционные и практические занятия проводятся в мультимедийных аудиториях филиала, а также в оборудованных компьютерами и мультимедийным оборудованием классах.

Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья. При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки России (утверждены 08.04.2014 № АК-44/05вн) в курсе предполагается исполь-

зовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производятся с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.

Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам лиц с ОВЗ.

Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. Для студентов с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной или электронной форме (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- в печатной форме или электронной форме с увеличенным шрифтом и контрастностью (для лиц с нарушениями слуха, речи, зрения);
- методом чтения ассистентом задания вслух (для лиц с нарушениями зрения).

Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге или набором ответов на компьютере (для лиц с нарушениями слуха, речи);
- выбором ответа из возможных вариантов с использованием услуг ассистента (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- устно (для лиц с нарушениями зрения, опорно-двигательного аппарата).

При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.