

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 16.12.2022 14:59:54
Уникальный программный ключ: 880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – ФИЛИАЛ РАНХиГС

Кафедра журналистики и медиакоммуникаций

УТВЕРЖДЕНО

Директор СЗИУ РАНХиГС Хлутков А.Д.

ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Телерадиожурналистика

(наименование образовательной программы)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ,
реализуемой без применения электронного (онлайн) курса**

Б1.В.05 «Образ телеведущего»

(код и наименование РПД)

42.03.02 «Журналистика»

(код и наименование направления подготовки)

очная

(форма обучения)

Год набора – 2022

Санкт-Петербург, 2022 г.

Автор–составитель:

Д.ф.н., профессор кафедры
журналистики и медиакоммуникаций

Ким М.Н.

Заведующий кафедрой журналистики и медиакоммуникаций
д.филол.н.

Ким М.Н.

РПД «Образ телеведущего» в новой редакции одобрена на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникаций. Протокол от 10 июня 2021 г. № 3.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы..... **Ошибка! Закладка не определена.**
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО **Ошибка! Закладка не определена.**
3. Содержание и структура дисциплины .. **Ошибка! Закладка не определена.**
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся **Ошибка! Закладка не определена.**
5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине **Ошибка! Закладка не определена.**
6. Методические материалы по освоению дисциплины **Ошибка! Закладка не определена.**
7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет **Ошибка! Закладка не определена.**
 - 7.1. Основная литература..... **Ошибка! Закладка не определена.**
 - 7.2. Дополнительная литература..... **Ошибка! Закладка не определена.**
 - 7.3. *Нормативные правовые документы и иная правовая информация* **Ошибка! Закладка не определена.**
 - 7.4. *Интернет-ресурсы*..... **Ошибка! Закладка не определена.**
 - 7.5. *Иные источники* **Ошибка! Закладка не определена.**
8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы. **Ошибка! Закладка не определена.**

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1. Дисциплина Б1.В.05 «Образ телеведущего» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Таблица 1

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование компонента компетенции</i>
ПКс-5	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики	ПКс-5.2	способность решать поставленные задачи при работе над индивидуальным и (или) коллективным проектом в сфере журналистики
ПКс-6	Способен разрабатывать проект в рамках творческо-организационная деятельности по созданию новых продуктов телерадиовещательных СМИ	ПКс-6.2	способность распределять свои трудовые ресурсы в соответствии с решаемыми профессиональными задачами и возникающими обстоятельствами

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть:

Таблица 2

<i>ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ профессиональные действия</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Творческо-организационная деятельность по созданию новых продуктов телерадиовещательных СМИ • Управление созданием и выпуском в эфир продуктов телерадиовещательных СМИ 	ПКс-5.2	<p>На уровне знаний: концепция прав человека и основные документы, регулирующие права человека; дискриминация социальных групп и ее виды, а также знание следующих категорий и понятий: толерантность, гуманизм, дискриминация, стигматизация</p> <p>На уровне умений: обосновать собственную позицию по вопросам толерантности и дискриминации, используя аргументы, рассмотренные в теоретических концепциях дискриминации и в рамках международной практики; иллюстрировать суждения по вопросам различных видов дискриминации примерами из международной практики противодействия дискриминации</p> <p>На уровне навыков: различения потенциально уязвимых по отношению к дискриминации группы, требующих проявления толерантности.</p>
		<ul style="list-style-type: none"> • Сбор, подготовка и представление актуальной информации для населения через средства массовой информации. • Отслеживание информационных поводов и планирование деятельности (А/01.6) • Получение информации для подготовки материала СМИ (код

<p>A/02.6)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Обработка и проверка полученной информации для материала (код A/03.6) • Формирование материала (код A/04.6) 		<p>использовать знания в области общегуманитарных социальных наук.</p> <p>На уровне навыков: Изучение и анализ собранной информации;</p> <p>Поиск дополнительных источников информации для проверки полученных данных; Анализ дополнительной информации для проверки достоверности полученной информации; Обработка материалов (обеспечение правильности приводимых цитат, имен, цифр и других фактических данных).</p>
---	--	---

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Общая трудоемкость курса – 2 зачетных единиц, 72 академических часов.

Дисциплина реализуется с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ).

Таблица 1

Вид работы	Трудоемкость (в акад. часах)
Общая трудоемкость	72
Контактная работа с преподавателем	36
Лекции	16
Практические занятия	20
Лабораторные занятия	-
Практическая подготовка	-
Самостоятельная работа	36
Контроль	
Формы текущего контроля	Доклад, презентация, устный опрос
Вид промежуточного контроля	зачет – 6

Место дисциплины. Изучение учебной дисциплины Б1.В.05 «Образ телеведущего» основано на следующих профессиональных дисциплинах: «Профессиональная этика журналиста», «Культура и техника речи теле- и радиожурналиста».

Знания, полученные в курсе «Образ телеведущего», используются студентами при выполнении выпускных квалификационных работ и в дальнейшей практической работе.

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://lms.ranepa.ru/>. Пароль и логин к личному кабинету / профилю предоставляется студенту в деканате.

Все формы текущего контроля, проводимые в системе дистанционного обучения, оцениваются в системе дистанционного обучения. Доступ к видео и материалам лекций предоставляется в течение всего семестра. Доступ к каждому виду работ и количество попыток на выполнение задания предоставляется на ограниченное время согласно регламенту дисциплины, опубликованному в СДО. Преподаватель оценивает выполненные обучающимся работы не позднее 10 рабочих дней после окончания срока выполнения.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Учебно-тематический план

Таблица 4

№ п/п	Наименование тем	Объем дисциплины (модуля), час.					СР	Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	Базовые трактовки и определения.	12	4		4		4	УО*
Тема 2	Основные компоненты создания образа ведущего на телевидении.	10	2		2		6	УО*
Тема 3	Технология формирования образа ведущего на телевидении.	10	2		2		6	УО*
Тема 4	Речевые и поведенческие стратегии телерадиожурналиста	10	2		4		6	УО*, Д***
Тема 5	Инструментарий имиджелогии	10	2		2		6	УО*
Тема 6	Типажи образа ведущего на телевидении	10	2		4		4	Т**
Тема 7	Невербальные средства общения журналиста	10	2		2		4	Д***
Промежуточная аттестация								Зачёт
Всего (академ. час./астроном. час.):		72/54	16/12		20/15		36/27	

УО* устный опрос

Т** - тестирование

Д*** - доклад

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Базовые трактовки и определения. Основные черты образа ведущего на телевидении. Трактовка образа телевизионного ведущего. Журналистское мастерство: критерии оценки. Индивидуальное мастерство и общие редакционные задачи: единство и борьба противоположностей. Понятие имиджа: множественность определений. Образ и имидж: различия и сходство. Четыре уровня структуры образа телеведущего: характеристика и практическая реализация.

Тема 2. Основные компоненты создания образа ведущего на телевидении. Вербальная, звуковая, визуальная, синтетическая, событийная сферы образа телеведущего. Биологическая, коммуникативная, социальная, мифологическая, профессиональная, контекстная характеристики образа ведущего на телевидении: сравнительный анализ.

Опыт мирового ТВ по созданию культовых фигур телеведущих: Л. Кинг (США), Ф. Донахью (США), Б. Пиво (Франция), М. Райх-Раницки (Германия). Место российского ТВ в общем процессе.

Тема 3. Технология формирования образа ведущего на телевидении. Общие положения: четыре базовых принципа эффективной технологии создания привлекательного образа телеведущего. Роль имиджмейкеров в создании образов телевизионных ведущих. Шесть основных путей создания образа ведущего на телевидении.

Тема 4. Речевые и поведенческие стратегии телерадиожурналиста.

Общие принципы коммуникации. Основные способы рефлексии аудитории на субъекта общения. Некоторые технологии коммуникации с аудиторией. “Профессиональные фильтры” журналиста (события как тема; акцент на необычном; акцент на значимом; акцент на противоречиях). Основные приемы настройки для общения с близкими, коллегами, аудиторией. Технология активного взаимодействия с общественностью (общение по телефону; интервьюирование; убеждение собеседника; выход из конфликта с минимальными потерями; успешные переговоры). Экстралингвистические, паралингвистические и лингвистические (языковые) виды средства общения.

Тема 5. Инструментарий имиджологии.

Объект, аудитория, канал — основная триада PR, имиджологии. Позиционирование. Манипулирование. Мифологизация. Формат. Вербализация. Детализация. Акцентирование. Знание целей. Подача противоречивых сигналов. Дистанцирование. Метафоризация. Визуализация. Опрос общественного мнения. Нейролингвистическое программирование. Внедрение моделей восприятия. Конкретное введение знаков.

Тема 6. Типажи образа ведущего на телевидении. История возникновения и характеристика типов: «ведущий-хозяин», «ведущий- артист», «ведущий-отличник», «ведущий-сподвижник», «ведущий-одиночка». Символичность типов телевизионных ведущих. «Семейные» типажи телеведущих: «ведущий – старший брат», «ведущий – дядюшка», «ведущий – отец семейства». Индивидуальные особенности и общие закономерности в работе известных радио- и телеведущих; анализ творческой деятельности А. Венедиктова, Л. Парфенова, В. Познера, С. Брилева, В. Соловьева, М. Швыдкого и др.

Тема 7. Невербальные средства общения журналиста.

Практическая лингвистика о двух сторонах публичной речи (звуковой) и кинестической (выразительные телодвижения).

Голос, дикция, интонация, тон, тембр, ритм, психологическая и логическая пауза. Мимика, телодвижения, поза, жесты, внешний вид. Культура радио- и телевизионной речи. Уровни культуры: национальный, региональный, глобальный. Критерии, содержание и культурные различия.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

4.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.05 «Образ телеведущего» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

- при проведении занятий лекционного типа: устный опрос;
- при проведении занятий семинарского типа: устный опрос, доклад, тестирование.

На занятиях для решения воспитательных и учебных задач применяются следующие формы интерактивной работы: диалого-дискуссионное обсуждение проблем, поисковый метод, исследовательский метод, деловые игры, разбор конкретных ситуаций.

В случае реализации дисциплины в ДОТ формат заданий адаптированы для платформы Moodle.

Таблица 5

Тема и/или раздел	Методы текущего контроля успеваемости
1. Базовые трактовки и определения.	УО*
2. Основные компоненты создания образа ведущего на телевидении.	УО*
3. Технология формирования образа ведущего на телевидении.	УО*
4. Речевые и поведенческие стратегии телерадиожурналиста	УО*, Д***
5. Инструментарий имиджелогии	УО*
6. Типажи образа ведущего на телевидении	Т**
7. Невербальные средства общения журналиста	Д***
8. Базовые трактовки и определения.	УО*

4.2. Типовые материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Типовые тестовые задания по дисциплине по темам 1-7

ЗАДАНИЕ № 1.

Можно ли говорить о специфических методах построения персонального и корпоративного имиджа и на каком основании?

- 1) это строго фиксированный набор методов, их необходимо просто знать;
- 2) у имидж-билдинга нет своих методов, здесь используются творческие приёмы самых разных дисциплин;
- 3) это методы, связанные с другими приёмами и методиками ИМК, брендингом, рекламой и т.д.;
- 4) это методы, базирующиеся на теории массовых коммуникаций;
- 5) это методы, индивидуально найденные в ходе практической деятельности отдельными специалистами; основание поиска методов имидж-билдинга кроется в психологии восприятия.

ЗАДАНИЕ № 2.

Как отличить методы построения имиджа от методов других видов творческой деятельности (дизайна, стайлинга, креатива в рекламе и т.п.)?

- 1) эти методы выходят за пределы какого-то одного вида деятельности, в дизайне или креативе их невозможно использовать, поскольку ... ;
- 2) эти методы обязательно используются комплексно, потому что ... ;
- 3) это не методы построения формы, потому что ... ;
- 4) отличий не существует, поскольку

ЗАДАНИЕ № 3.

Обозначьте методы, в равной степени пригодные как в работе с корпоративным, так и персональным имиджем при построении позитивного имиджа:

- 1) форматирование;
- 2) позиционирование;
- 3) эмоционализация;
- 4) архаизация сознания;
- 5) вбрасывание амбивалентной информации;
- 6) использование стереотипов;
- 7) этикометрия;
- 8) интервьюирование;
- 9) контролируемый эксперимент;
- 10) метод свободных ассоциаций.

ЗАДАНИЕ № 4.

Какие методы и приёмы необходимо использовать на этапе анализа текущего персонального имиджа?

- 1) анализ аналогов – ... ;
- 2) позиционирование – ... ;
- 3) контент-анализ – ... ;
- 4) социометрия – ... ;
- 5) НЛП – ... ;
- 6) этикометрия – ... ;
- 7) анализ психотипа – ... ;
- 8) манипулирование – ... ;
- 9) анализ аудитории(й) –

ЗАДАНИЕ № 5.

Чего позволяет достичь использование метода эмоционализации?

- 1) распознавания образа;
- 2) преодоления стереотипов восприятия;
- 3) большей запоминаемости образа;
- 4) новизны решения;
- 5) более длительного внимания к образу;
- 6) ещё

ЗАДАНИЕ № 6.

С какой целью разрабатывается имидж-модель?

- 1) экономия усилий по поддержанию имиджа; лёгкость коммуникации с заказчиком/клиентом; экономия средств на разработку имиджа;
- 2) апробация имиджевой идеи;
- 3) обеспечение стратегии продвижения имиджа;
- 4) подбор методов формирования имиджа;
- 5) ещё

ЗАДАНИЕ № 7.

Как соотносятся между собой методы и стратегии развёртывания имиджа?

- 1) набор методов и есть стратегия;
- 2) с помощью методов невозможно управлять имиджем, с помощью стратегии это осуществимо;

- 3) стратегии связаны с необходимостью управления имиджем, методы обеспечивают их реализацию;
- 4) методы реализуются в жизни, стратегия представляет собой умозрительную конструкцию.

ЗАДАНИЕ № 8.

Логически продолжите перечень имиджей (по Е.В.Змановской):

- 1) вербальный, событийный, ... ;
- 2) множественный, ... ;
- 3) искусственный, ... ;
- 4) положительный, ... ;
- 5) текущий, ... ;
- 6) самоимидж, ... ;
- 7) ситуационный,

ЗАДАНИЕ № 9.

Вставьте необходимый термин, чтобы получилось логически верное высказывание:

- 1) Имидж – это ... социальной коммуникации.
- 2) Имидж ... (глагол) стереотипы.
- 3) Положительно воспринимаемый имидж состоит из элементов, ...и
- 4) Конструируемый имидж представляет собой ...
- 5) Субъективное в имидже – это ..., объективное в имидже – это
- 6) При построении персонального имиджа ... природные предпосылки.
- 7) При построении персонального имиджа негативно-воспринимаемые аудиторией природные предпосылки нужно

ЗАДАНИЕ № 10.

Если предлагаемое имиджевое решение не учитывает природные предпосылки, то:

- 1) в эстетическом плане это приведёт к ... ;
- 2) в экономическом плане это приведёт к ... ;
- 3) с точки зрения психологии это ... ;
- 4) с точки зрения поддержания имиджа это ... ;
- 5) в мировоззренческом отношении это

ЗАДАНИЕ № 11.

Отметьте возможные определения имиджа (можно несколько) и подробно поясните одну из характеристик. Имидж должен быть:

- 1) эффективным;
- 2) положительным;
- 3) функциональным;
- 4) правдоподобным;
- 5) полным;
- 6) развёрнутым;
- 7) объёмным;
- 8) гибким;
- 9) удобным;
- 10) простым;
- 11) противоречивым;
- 12) целенаправленным;
- 13) универсальным.

ЗАДАНИЕ № 12.

Удачно сконструированный имидж (уточните, какой версии вы придерживаетесь – имидж как образ или имидж как облик) это:

- 1) образ;
- 2) художественный образ;
- 3) облик;
- 4) оболочка;

- 5) впечатление;
- 6) система;
- 7) инструмент общения;
- 8) бренд;
- 9) идея;
- 10) процесс;
- 11) технология;
- 12) модель;
- 13) элемент;
- 14) завершённое целое;
- 15) незавершённое целое.

ЗАДАНИЕ № 13.

Обозначьте связь персонального имиджа и Я-концепции:

- 1) условие;
- 2) основа;
- 3) предпосылка;
- 4) ядро;
- 5) следствие;
- 6) мотив формирования и поддержания персонального имиджа.

ЗАДАНИЕ № 14.

Феномен имиджа осознан в культуре второй половины XX в., поскольку:

- 1) прежде его не существовало (указать, почему);
- 2) прежде культура ценила подлинность (указать, почему);
- 3) изменились социально-экономические обстоятельства (указать, какие);
- 4) появилась необходимая научная и теоретическая база (указать направления и имена);
- 5) изменилась культура (указать характер изменений);
- 6) изменилась система ценностей (указать, в связи с чем и что именно).

ЗАДАНИЕ № 15.

Укажите механизмы, относящиеся к психологическому аспекту имиджа:

- 1) в системе «имидж – аудитория» ... ;
- 2) в показателях целевой аудитории ... ;
- 3) в воздействии цвета, формы, композиции, фактуры и т.п. ... ;
- 4) в социокультурном аспекте ... ;
- 5) в аспекте подсознательного ... ;
- 6) в аспекте бессознательного ... ;
- 7) в аспекте сознания ... ;
- 8) в самоимидже ... ;
- 9) среди природных предпосылок персонального имиджа ... ;
- 10) в профессиональных качествах PR-специалиста

ЗАДАНИЕ № 16.

Выберите 2–3 более точные, на ваш взгляд, формулировки, внесите необходимые пояснения:

- 1) миф – элемент имиджа;
- 2) миф – инструмент создания имиджа;
- 3) миф – условие восприятия имиджа;
- 4) миф – условие управления имиджем;
- 5) миф – основа потребления имиджа;
- 6) миф необходим для брендинга, но мешает имиджу;
- 7) миф необходим для реализации фирменного стиля, чтобы ... с имиджем.

ЗАДАНИЕ № 17.

Продолжите фразу:

- 1) Для построения габитарного имиджа необходимо учитывать ... стереотипы, так как ...

- 2) Для управления корпоративным имиджем необходимо опираться на... стереотипы, чтобы ...
- 3) Для разработки имиджа товара нужно знать ... стереотипы потребительской аудитории, обойти ... стереотипы.
- 4) В шоу-бизнесе имидж строится ... стереотипов аудитории.
- 5) В политике имидж строится ... стереотипов электората.
- 6) Бизнес-имидж включает в себя стереотипы, сформированные под воздействием ... и ...

ЗАДАНИЕ № 18.

Развить каждую из фраз.

- 1) Визуальное измерение имиджа наиболее значимо и эффективно, поскольку: образно (объяснить, как формируется образ);
- 2) визуальное сообщение лучше запоминается аудиторией (объяснить, почему);
- 3) несёт большой объём информации (за счёт чего); запоминается надолго, сохраняясь в долгосрочной памяти; проходит фильтры недоверия (за счёт чего);
- 4) связано с информацией, поступающей по другим каналам коммуникации (как называется этот механизм?).

ЗАДАНИЕ № 19.

Дописать предложения или опровергнуть их:

- 1) Журналистский имидж должен быть простым для того, чтобы ...
- 2) Журналистский имидж – элемент корпоративной культуры, поскольку ...
- 3) Журналистский имидж – элемент корпоративного имиджа, поскольку ...
- 4) Журналистский имидж обязательно включает в себя легенду, так как ...
- 5) Журналистский имидж обязательно должен быть положительным, поскольку ...
- 6) Журналистский имидж обязательно включает в себя фирменный стиль, который ...

ЗАДАНИЕ № 20.

Имидж это:

1. Целостный образ.
2. Вымышленный образ.
3. Придуманный образ.
4. Живущий в сознании людей образ.

ЗАДАНИЕ № 21.

Имиджмейкер это:

1. Создатель имиджа.
2. Разработчик имиджа.
3. Проектировщик имиджа.
4. Специалист по имиджу.

ЗАДАНИЕ № 22.

Имидж организации это:

1. Устойчивый образ организации.
2. Репутация организации.
3. Внешность организации.
4. Визуальный образ организации.

ЗАДАНИЕ № 23.

Имиджевая реклама это:

1. На создание и улучшение имиджа товара.
2. На привлечение внимания к товару.
3. На продвижение товара.
4. На создание визуального образа.

Типовые примерные темы докладов по темам 1-7

1. Практическая лингвистика.
2. Объективные методы работы журналиста над публичным выступлением.
3. Культура радио- и телевизионной речи.
4. Уровни культуры: национальный, региональный, глобальный.
5. Тенденции имиджевой коммуникации.
6. Этапы имиджевого воздействия: социологический имиджевый, тестовый, атаки, мониторинговый.
7. Позиционирование. Манипулирование.
8. Детализация. Акцентирование.
9. Технологии коммуникации с аудиторией.
10. Общая модель имиджевой коммуникации.
11. Стратегические и тактические типы построения имиджа.
12. Современная научная градация возможных вариантов имиджа.
13. Имидж журналиста как делового человека, профессионала.
14. Роль практической риторики в формировании имиджа телерадиожурналиста.
15. Имидж как единица символического мира.
16. История зарождения и развития имиджа.

Типовые примеры вопросов устного опроса по темам 1-7

1. Понятия «имидж», «имиджелогия».
2. Имидж как образ и социальное явление
3. Имидж как единица символического мира.
4. История зарождения и развития имиджа.
5. Основные стадии формирования имиджа.
6. Имидж журналиста как делового человека, профессионала.
7. Роль практической риторики в формировании имиджа телерадиожурналиста.
8. Характеристики, на которых строится взаимосвязь общественности и лидера.
Рекомендации по формированию имиджа телерадиожурналиста.
9. Технологии коммуникации с аудиторией.
10. Общая модель имиджевой коммуникации.
11. Отношения со средствами массовой информации.
12. Барьеры в общении и их преодоление. Общие принципы коммуникации.
13. Основная триада имиджелогии: объект, аудитория, канал.
14. Позиционирование. Манипулирование.
15. Детализация. Акцентирование.
16. Опрос общественного мнения.
17. Культура ведения полемики журналиста
18. Факторы, влияющие на принятие решения.
19. Этапы имиджевого воздействия: социологический имиджевый, тестовый, атаки, мониторинговый.
20. Основные виды и жанры сообщений, передаваемых телевидением и радио: информационная, аналитическая, художественная публицистика (репортаж, интервью, заметка, отчет, выступления).
21. Объективные методы работы журналиста над публичным выступлением.
22. Культура радио- и телевизионной речи.
23. Уровни культуры: национальный, региональный, глобальный.

5.

6. *Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине*

5.1 Зачет проводится с применением следующих методов: устный опрос по билетам. Содержание билета по дисциплине состоит из двух вопросов, предполагающих знание теории.

В случае проведения промежуточной аттестации в дистанционном режиме используется платформа Moodle и Teams.

Таблица 6

<i>Компонент компетенции</i>	<i>Промежуточный / ключевой индикатор оценивания</i>	<i>Критерий оценивания</i>
ПКс-5.2: способность решать поставленные задачи при работе над индивидуальным и (или) коллективным проектом в сфере журналистики	Студент оценивает уровень качества проекта(ов) с точки зрения ресурсов и существующих ограничений. Определяет оптимальное количество необходимых для разработки проекта ресурсов. Определяет существующие ограничения для реализации проекта. Осуществляет оценку по количественным показателям ресурсов.	Студент определяет оптимальное количество необходимых для разработки проекта ресурсов. Студент определяет все возможные ограничения, существующие в рамках реализации проекта. Студент качественно оформляет ресурсное обеспечение проекта и существующие ограничения в электронной форме (использование информационных технологий).
ПКс-6.2 способность распределять свои трудовые ресурсы в соответствии с решаемыми профессиональными задачами и возникающими обстоятельствами	Студент распределяет свои трудовые ресурсы в соответствии с решаемыми профессиональными задачами и возникающими обстоятельствами	Студент оптимально и мотивированно распределяет свои трудовые ресурсы в соответствии с решаемыми профессиональными задачами и возникающими обстоятельствами

Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Перечень вопросов для подготовки к зачету

1. Что означает понятие «имидж»?
2. Дайте определение «имиджу» как социальному явлению.
3. Охарактеризуйте имидж как единицу символического мира.
4. Назовите основные стадии формирования имиджа.
5. Какие вы знаете типы имиджа?
6. Дайте определение современной научной градации возможных вариантов имиджа.
7. Каким образом можно исследовать свой имидж?
8. Что такое идентификация и индивидуальность в имидже?
9. Какова роль практической риторики в формировании имиджа телерадиожурналиста?
10. В чем состоит особенность профессии имиджмейкера в сфере журналистики?
11. Дайте определение специфики коммуникативного взаимодействия.
12. Какие вы знаете стратегические и тактические типы построения имиджа?
13. Охарактеризуйте речевые и поведенческие стратегии телерадиожурналиста.
14. Какие вы знаете экстралингвистические, паралингвистические и лингвистические (языковые) виды средств общения?
15. Дайте определение инструментария имиджелогии.
16. Расскажите о роли имиджевой коммуникации в современном обществе.
17. Что такое семиотические составляющие модели имиджа?

18. Назовите основные невербальные средства общения журналиста.
19. Имидж как социально-психологический феномен.
20. Формы социальных стереотипов.
21. Стереотипные эффекты (первичная ошибка атрибуции, эффект ореола, эффект последнего впечатления, эффект повторения и т.д.).
22. Структура личного имиджа.
23. Глубинные характеристики имиджа (близость, экспрессивность, сексуальность, доминантность, агрессивность, архетипичность, эталонность).
24. Имиджевые эффекты (яркость, понятность, позитивность, влияние, популярность, органичность).
25. Понятие эффективного имиджа. Требования к имиджу:
26. Средства психологического воздействия на телеаудиторию. Ответственность перед аудиторией.
27. Самоопределение в личном имидже
28. Определение стиля межличностных отношений.
29. Имидж представителя СМИ.
30. Этапы управления имиджем: проектирование, реализация, корректировка.
31. Стратегии управления личным имиджем.
32. Техники создания яркого и узнаваемого образа.
33. Техники формирования позитивного образа.
34. Техники создания эффективного образа.
35. Понятие типажа, цели типизации.
36. Понятие стиля. Исторически сложившиеся стили в художественно-архитектурной сфере.
37. Имиджевая символика:
38. Способы передачи информации между людьми.
39. Виды жестов (регуляторы, адаптаторы, символы). Значение отдельных жестов.
40. Вербальные и паравербальные компоненты имиджа (агрессивное, уверенное и т.п.).
41. Мифологизация имиджа.
42. Роль слухов в формировании имиджа.
43. Приёмы типизации. Примеры известных типажей.
44. Способы продвижения личного имиджа.
45. Техники возвышения личного имиджа.
46. Архетипы и имя. Способы изменения имени.
47. Стратегия массового имиджа.
48. Стратегия целевого имиджа.
49. Стратегия креативного взрыва.
50. Имиджмейкерство как профессия.

Шкала оценивания

Оценка результатов производится на основе балльно-рейтинговой системы (БРС). Использование БРС осуществляется в соответствии с приказом от 06 сентября 2019 г. № 306 «О применении балльно-рейтинговой системы оценки знаний обучающихся». БРС по дисциплине отражена в схеме расчетов рейтинговых баллов (далее – схема расчетов).

Схема расчетов сформирована в соответствии с учебным планом направления, согласована с руководителем научно-образовательного направления, утверждена деканом факультета. Схема расчетов доводится до сведения студентов на первом занятии по данной дисциплине. Схема расчетов является составной частью рабочей программы дисциплины и содержит информацию по изучению дисциплины, указанную в Положении о балльно-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся в РАНХиГС.

На основании п. 14 Положения о балльно-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся в РАНХиГС в институте принята следующая шкала перевода оценки из многобалльной системы в пятибалльную:

Шкала перевода оценки из многобалльной в систему «зачтено»/ «не зачтено»:

Таблица 7

от 0 до 50 баллов	«не зачтено»
от 51 до 100 баллов	«зачтено»

Описание системы оценивания

Таблица 8

Оценочные средства (формы текущего и промежуточного контроля)	Показатели оценки	Критерии оценки
Устный опрос	<ul style="list-style-type: none"> Корректность и полнота ответов 	<p>Сложный вопрос: полный, развернутый, обоснованный ответ – 1 балл Правильный, но не аргументированный ответ – 0,5 баллов Неверный ответ – 0 баллов</p> <p>Обычный вопрос: полный, развернутый, обоснованный ответ – 1 балл Правильный, но не аргументированный ответ – 0,5 балла Неверный ответ – 0 баллов.</p> <p>Простой вопрос: Правильный ответ – 0,5 балла; Неправильный ответ – 0 баллов</p>
Доклад	Публичный доклад по результатам анализа кейса.	Полное, развернутое, обоснованное выступление – 4 балла правильное, но недостаточно аргументированное выступление – 2 балл неверный ответ – 0 баллов
Тестирование	процент правильных ответов на вопросы теста.	Менее 60% – 0 баллов; 61 - 75% – 6 баллов; 76 - 90% – 8 баллов; 91 - 100% – 10 баллов.
Зачет	<ul style="list-style-type: none"> корректность и полнота ответа; знание и использование терминологии; логичность и последовательность в изложении материала; использование примеров. 	<p>при ответе задействованы 2 показателя, 10-29 баллов;</p> <p>при ответе задействованы 3 показателя, 30-49 баллов;</p> <p>при ответе задействованы 4 показателя, 50-60,5 баллов.</p>

В случае применения дистанционного режима промежуточной аттестации она проводится следующим образом: устно в ДОТ/письменно с прокторингом/ тестирование с прокторингом. Для успешного освоения курса учащемуся рекомендуется ознакомиться с литературой, размещенной в разделе 6, и материалами, выложенными в ДОТ.

6. Методические материалы по освоению дисциплины

В изучении дисциплины «История зарубежной журналистики» важное место отводится самостоятельной работе студента. В рамках данного курса предполагается знакомство с творчеством выдающихся публицистов разных стран, с функционированием наиболее ярких, значимых периодических изданий.

Целями самостоятельной работы являются:

- расширение и углубление знаний по определенным темам дисциплины;
- исследование основных этапов и национальных особенностей развития журналистики в странах Запада и континентальной Европы;
- раскрытие влияния политических, экономических, технических, ментальных факторов на развитие журналистики;
- исследование воздействия журналистики на ход важнейших исторических событий. Самостоятельная работа студента складывается из нескольких этапов, которые представляют собой:
- предварительную подготовку, состоящую из планирования предстоящей работы
- ознакомления с перечнем рекомендованной литературы.

Во время самостоятельного изучения литературы следует выделить основные, узловые вопросы, которые характеризуют конкретную тему и, изучая научную и учебную литературу, обязательно вести записи: конспекты, тезисы, делать выписки и для себя резюмировать выводы, чтобы затем, обобщая материалы, иметь возможность оценить полученный материал.

При планировании самостоятельной работы необходимо использовать программу, рекомендации по проведению семинарских занятий, материалы лекционного курса, список рекомендуемой литературы.

Промежуточная аттестация в системе ДОТ. Консультация к зачету пройдет в виде онлайн-встречи в приложении Office 365 «Teams». Приложение рекомендуется установить локально. Студент должен войти в систему с помощью учетной записи Office 365 РАНХиГС, чтобы обеспечить базовую проверку личности.

Зачет будет проходить в форме устного опроса по списку вопросов для зачета и выполнения одного практического задания.

Для обеспечения видео- и аудио связи на мероприятии студент должен иметь камеру и микрофон, подключенные к его персональному компьютеру, планшет или смартфон.

Отсутствие у студента технических возможностей рассматривается как уважительная причина. При этом сроки проведения зачета могут быть перенесены по заявлению студента на имя декана факультета на период после окончания режима повышенной готовности.

За 10-15 минут до указанного времени начала мероприятия студент должен выйти на связь. Ему необходимо приготовить паспорт для идентификации личности.

В ходе подготовки ответа студент должен включить свои микрофоны и видеорекамеры. Видеорекамеру необходимо направить так, чтобы были хорошо видны лицо и руки студента. Студент должен следовать рекомендациям преподавателя.

В случае если действия студента не дают возможности преподавателю контролировать процесс добросовестного выполнения студентом заданий после получения задания для зачета, преподаватель имеет право выставить оценку «не зачтено».

В случае сбоев в работе оборудования или канала связи на протяжении более 15 минут со стороны преподавателя либо со стороны студента, преподаватель оставляет за собой право перенести проведение испытания на другой день.

Пофамильный список подгрупп для аттестации оглашается после консультации к зачету.

7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

7.1. Основная литература

1. Основы журналистской деятельности [Электронный ресурс] : учебник для академического бакалавриата [по направлению подготовки ВПО 030600 "Журналистика" и специальности 030601 "Журналистика" для ГОС-2 и направлению подгот. ВПО 031300 "Журналистика"]

для ФГОС / С. Г. Корконосенко и др.] ; под ред. С. Г. Корконосенко. - 2-е изд., перераб. и доп. - Электрон. дан. - М. : Юрайт, 2016. - 332 с.

<https://www.biblio-online.ru/book/D53264B2-D04D-41D4-BA76-961B43BA0133>

2. Горчакова, Валентина Григорьевна. Имидж : искусство и реальность : [учеб. пособие для вузов] / В. Г. Горчакова. - М. : ЮНИТИ, 2014. - 279 с.

3. Шестеркина, Людмила Петровна. Методика телевизионной журналистики : [учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 030600 "Журналистика" специальности 030601 "Журналистика"] / Л. П. Шестеркина, Т. Д. Николаева. - М. : Аспект Пресс, 2012. - 224 с. <http://www.iprbookshop.ru/8859.html>

7.2. Дополнительная литература

1. Горчакова, Валентина Григорьевна. Имиджелогия : теория и практика М.: ЮНИТИ, 2011

2. Кошлякова, М.О. Социальное пространство имиджа : монография / М. О. Кошлякова. - М. : ИНФРА-М, 2013. - 152 с.

3. Новикова, Анна Алексеевна. Телевизионная реальность : Экранная интерпретация действительности М.:Издат. дом Высш. шк. экономики 2013

4. Перельгина, Елена Борисовна. Психология имиджа М.:Аспект-Пресс 2002

5. Самарцев, Олег Робертович. Творческая деятельность журналиста : (очерки теории и практики) М.:Акад. Проект [и др.] 2014

6. Мастерство продюсера кино и телевидения : [учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Продюсерство кино и телевидения" (071103) и др. кинематограф. специальностям] / под ред. П. К. Огурчикова, В. В. Падейского, В. И. Сидоренко. - М. : ЮНИТИ, 2014. - 863 с.

7.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

При изучении дисциплины нормативно-правовые документы не используются

7.4. Интернет-ресурсы

Сайты с бесплатным доступом к поисковым системам словарей русского языка:

1. Электронная версия российского журнала «Журналист» <http://www.journalist-virt.ru/>
2. Библиотека Центра экстремальной журналистики Союза журналистов России <http://www.library.cjes.ru/>
3. Библиотека журналиста <http://journalism.narod.ru/index.html>
4. Библиотека неофициального сайта факультета журналистики МГУ <http://www.journ.ru/library/>
5. Лозовский Б.Н. Журналистика: краткий словарь http://www.eunnet.net/win/metod_materials/jdictionary/
6. Сайт факультета журналистики БГУ <http://www.zhurfak.edu.by/>
7. МедиаСпрут <http://www.mediasprut.ru/>
8. Всемирная газетная ассоциация <http://www.wan-press.ru/>
9. Портал научных исследований СМИ факультета журналистики МГУ <http://www.mediascope.ru/>
10. Институт развития прессы <http://www.pdi.ru/>
11. Институт Пойнтера <http://poynter.ru/>

7.5. Иные источники

СЗИУ располагает доступом через сайт научной библиотеки <http://nwapa.spb.ru/> к следующим подписным электронным ресурсам:

Русскоязычные ресурсы

- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Айбукс»
- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Юрайт»
- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Лань»
- Научно-практические статьи по финансам и менеджменту Издательского дома «Библиотека Гребенникова»
- Статьи из периодических изданий по общественным и гуманитарным наукам «Ист-Вью»
- Энциклопедии, словари, справочники «Рубрикон»
- Полные тексты диссертаций и авторефератов *Электронная Библиотека Диссертаций* РГБ
- Информационно-правовые базы *Консультант плюс, Гарант. Англоязычные ресурсы*
- *EBSCO Publishing* –доступ к мультидисциплинарным полнотекстовым базам данных различных мировых издательств по бизнесу, экономике, финансам, бухгалтерскому учету, гуманитарным и естественным областям знаний, рефератам и полным текстам публикаций из научных и научно-популярных журналов;
- *Emerald*– крупнейшее мировое издательство, специализирующееся на электронных журналах и базах данных по экономике и менеджменту. Имеет статус основного источника профессиональной информации для преподавателей, исследователей и специалистов в области менеджмента.

8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Курс включает использование программного обеспечения MicrosoftExcel, MicrosoftWord, MicrosoftPowerPoint для подготовки текстового и табличного материала, графических иллюстраций.

Методы обучения предполагают использование информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов).

Задействованы Интернет-сервисы и электронные ресурсы (поисковые системы, электронная почта, профессиональные тематические чаты и форумы, системы аудио и видео конференций, онлайн энциклопедии, справочники, библиотеки, электронные учебные и учебно-методические материалы).

Таблица 9

№ п/п	Наименование
1.	Специализированные залы для проведения лекций, оборудованные мультимедийной техникой, позволяющей демонстрировать презентации и просматривать кино и видео материалы.
2.	Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами
3.	Технические средства обучения: Персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов в форматах AVI, MPEG-4, DivX, RMVB, WMV.