

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Нижегородский государственный технический университет
им. Р.Е. Алексеева» (НГТУ)

Образовательно-научный институт экономики и управления (ИНЭУ)

(Полное и сокращенное название института, реализующего данное направление)

УТВЕРЖДАЮ:

Директор института:

_____ Митяков С.Н..
подпись

ФИО

“_09_”_июня 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б.1.В.ДВ.2.1. Управление имиджем СМИ

(индекс и наименование дисциплины по учебному плану)
для подготовки бакалавров

Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность «Продвижение средств массовой информации»

Форма обучения: очная, заочная

Год начала подготовки 2021

Выпускающая кафедра СОМиК

Кафедра-разработчик СОМиК

Объем дисциплины 144/4 часов/з.е

Промежуточная аттестация экзамен

Разработчик: Цветкова Е.А., к. философ. н., доцент

Нижний Новгород 2021 г.

Рецензент: Михайлова Т.Л., к.философ.,н., доцент., доцент кафедры «Методологии, истории и философии науки» ИНЭУ НГТУ им Р.Е.Алексеева

(подпись)

«_9_»_июня_2021 г.

Рабочая программа дисциплины: разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО 3++) по направлению подготовки **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

утвержденного приказом МИНОБРНАУКИ РОССИИ от от 08 июня 2017 года № 512 на основании учебного плана принятого УМС НГТУ

протокол от 10.06.2021 № 6

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры разработчика протокол от 02.06.2021 № 3/1

Зав. кафедрой к.э.н, доцент, Е.А. Зайцева _____

Программа рекомендована к утверждению ученым советом института ИНЭУ, Протокол от 09.06.21 № 4.1

Рабочая программа зарегистрирована в УМУ регистрационный № 42.03.01-П-54

Начальник МО _____

Заведующая отделом комплектования НТБ

Н.И. Кабанина

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	4
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля).....	4
4. Структура и содержание дисциплины.....	10
5. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины.....	22
6. Учебно-методическое обеспечение дисциплины.....	27
7. Информационное обеспечение дисциплины.....	28
8. Образовательные ресурсы для инвалидов и лиц с ОВЗ.....	28
9. Материально-техническое обеспечение, необходимое для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	29
10. Методические рекомендации обучающимся по освоению дисциплины.....	30
11. Оценочные средства для контроля освоения дисциплины.....	32
12. Рецензия.....	36

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины:

Целью освоения дисциплины является формирование личной коммуникативно-имиджевой компетенции личности студента как будущего специалиста в области рекламы и связей с общественностью

Задачи освоения дисциплины (модуля):

- Овладение актуальными знаниями о СМИ как коммуникативном институте современной информационной культуре с имиджевой функцией ;
- Формирование навыков участия в информационной коммуникации в процессе моделирования отдельных процедур и видов профессиональной деятельности по созданию и продвижению СМИ
- Развитие креативных способностей студентов как будущих в процессе моделирования отдельных процедур и видов профессиональной деятельности по созданию и продвижению информационной продукции СМИ имиджевого содержания и направленности
- Формирование перспективы динамики структуры и содержания первичной имиджевой компетенции в процессе моделирования отдельных процедур и видов профессиональной деятельности по созданию и продвижению СМИ в символическом информационном пространстве бизнес среды и социально ориентированных мероприятиях (благотворительность, спонсорство и пр.)

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Учебная дисциплина (модуль) «Управление имиджем СМИ» включена в перечень, вариативной части дисциплин (формируемой участниками образовательных отношений) по выбору (запросу студентов), направленный на углубление уровня освоения компетенций. Дисциплина реализуется в соответствии с требованиями ФГОС, ОП ВО и УП.

Дисциплина «Управление имиджем СМИ» является основополагающей для изучения следующих дисциплин: управление репутацией СМИ, специальные и корпоративные мероприятия в продвижении СМИ, репутационный менеджмент СМИ, интернет-маркетинг СМИ, семиотика рекламного текста, профессионально-творческая практика, преддипломная практика, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

Рабочая программа дисциплины «Управление имиджем СМИ» для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)¹

Таблица 1- Формирование компетенций дисциплинам

Наименование дисциплин, формирующих компетенцию совместно	Семестры, формирования дисциплины							
	Компетенции берутся из Учебного плана по направлению подготовки бакалавра /специалиста/магистра»							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Код компетенции ПКС-2								
Специальные и корпоративные мероприятия в продвижении СМИ ПКС-2					x			

Интернет-маркетинг ПКС-2						x		
Управление имиджем СМИ ПКС-2				x				
Философия имиджевой деятельности и развитие клиентурных отношений ПКС-2				x				
Управление репутацией СМИ ПКС-2					x			
Репутационный менеджмент ПКС-2					x			
Семиотика рекламного текста ПКС-2					x			
Профессионально-творческая практика ПКС-2						x		x
Преддипломная практика ПКС-2								x
Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы ПКС-2								x
Код компетенции ПКС--6								
Специальные и корпоративные мероприятия в продвижении СМИ ПКС-6					x			
Интернет-маркетинг СМИ ПКС-6						x		
Управление имиджем СМИ ПКС-6				x				
Философия имиджевой деятельности и развитие клиентур-				x				
Управление репутацией СМИ ПКС-6					x			
Репутационный менеджмент ПКС-6					x			
Семиотика рекламного текста ПКС-6					x			
Профессионально-творческая практика ПКС-6						x		x
Преддипломная практика ПКС-6								x
Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы ПКС-6								x
Код компетенции ПКС-8								
Управление имиджем СМИ ПКС-8				X				

Философия имиджевой деятельности и развитие клиентурных отношений ПКС-8				x				
Семиотика рекламного текста ПКС-8					x			
Преддипломная практика ПКС-8								X
Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы ПКС-8								x

**ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ,
СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОП**

Таблица 2- Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине			Оценочные средства	
					Текущего контроля	Промежуточной аттестации
ПКС-2 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ИПКС-2.2. Использует социальные проекты в качестве инструмента реализации политики социальной и корпоративной ответственности организации	Знать: стандарты определения морально-этических принципов профессиональной деятельности СМИ при информационном (имиджевом) управлении своими аудиториями (ПКС-2.2);	Уметь: использовать социальные проекты в качестве инструмента реализации политики социальной и корпоративной ответственности организации через продвижение своего имиджа в СМИ (ИПКС-2.2);	Владеть: навыками определения морально-этических принципов профессиональной деятельности СМИ при информационном (имиджевом) управлении своими аудиториями (ИПКС-2.2); навыками использования социальных проектов в качестве инструмента реализации политики социальной и корпоративной ответственности организации через продвижение своего имиджа в СМИ (ИПКС-2.2);	Знаниевые и деятельностные задачи текущего и контроля (размещены в системе MOODLE)	Вопросы и задания (задачи) по индикаторам достижений компетенций раздела и темы (Всего 9 комплексных вопросов)

	ИПКС-2.3. Разрабатывает и обосновывает варианты управленческих решений на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	Знать: - основы разработки и обоснования вариантов управленческих решений при продвижении своего имиджа в СМИ на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ИПКС-2.3).	Уметь: разрабатывать и обосновывать варианты управленческих решений на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ИПКС-2.3).	Владеть: навыками разработки и обоснования вариантов управленческих решений при продвижении своего имиджа в СМИ на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ИПКС-2.3).	Знаниевые и деятельность задачи текущего и контроля (размещены в системе MOODLE)	Вопросы и задания (задачи) по индикаторам достижений компетенций раздела и темы (Всего 9 комплексных вопросов)
ПКС-6 Способен организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия	ИПКС-6.2. Организует проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия	Знать подходы к организации проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ (через продвижение своего имиджа), включая благотворительные мероприятия (ИПКС-6.2);	Уметь: организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ (через продвижение своего имиджа в СМИ), включая благотворительные мероприятия (ИПКС-6.2);	Владеть: навыками организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ (через продвижение своего имиджа в СМИ), включая благотворительные мероприятия (ИПКС-6.2);	Знаниевые и деятельность задачи текущего и контроля (размещены в системе MOODLE)	Вопросы и задания (задачи) по индикаторам достижений компетенций раздела и темы (Всего 9 комплексных вопросов)

	ИПКС-6.3. Анализирует коммуникационные эффекты благотворительных мероприятий	Знать : сущностные особенности коммуникационных благотворительных мероприятий при продвижении имиджа в СМИ (ИПКС-6.3).	Уметь: анализировать коммуникационные эффекты благотворительных мероприятий при продвижении имиджа в СМИ (ИПКС-6.3).	Владеть: навыками анализировать коммуникационные эффекты благотворительных мероприятий при продвижении имиджа в СМИ (ИПКС-6.3).	Знаниевые и деятельность задачи текущего и контроля (размещены в системе MOODLE)	Вопросы и задания (задачи) по индикаторам достижений компетенций раздела и темы (Всего 9 комплексных вопросов)
ИПКС-8 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ИПКС-8.1. Создает актуальные информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	Знать: актуальные приемы создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, в том числе при управлении имиджем СМИ (ИПКС-8.1);	Уметь: применять творческие решения в управлении имиджем СМИ с учетом мирового и отечественного опыта (ИПКС-8.1);	Владеть: навыками создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, в том числе при управлении имиджем СМИ (ИПКС-8.1);	Знаниевые и деятельность задачи текущего и контроля (размещены в системе MOODLE)	Вопросы и задания (задачи) по индикаторам достижений компетенций раздела и темы (Всего 9 комплексных вопросов))
	ИПКС-8.3. Разрабатывает инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	Знать: инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде при управлении имиджем СМИ (ИПКС-8.3).	Уметь: осуществлять трансляцию миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде при управлении имиджем СМИ (ИПКС-8.3).	Владеть: навыками трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде при управлении имиджем СМИ (ИПКС-8.3).	Знаниевые и деятельность задачи текущего и контроля (размещены в системе MOODLE)	Вопросы и задания (задачи) по индикаторам достижений компетенций раздела и темы (Всего 9 комплексных вопросов)

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зач.ед. 144 часа, распределение часов по видам работ семестрам представлено в таблице 3.

Таблица 3

Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам Для студентов очного обучения

Вид учебной работы	Трудоёмкость в час		
	Всего час.	В т.ч. по семестрам	
		№ сем 4	№ сем
Формат изучения дисциплины	с использованием элементов электронного обучения		
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	144/4	144/4	
1. Контактная работа:			
1.1. Аудиторная работа, в том числе:	57	57	
занятия лекционного типа (Л)	17	17	
занятия семинарского типа (ПЗ-семинары, практ. Занятия и др)	34	34	
лабораторные работы (ЛР)			
1.2. Внеаудиторная, в том числе			
курсовая работа (проект) (КР/КП) (консультация, защита)			
текущий контроль, консультации по дисциплине	4	4	
контактная работа на промежуточном контроле (КРА)	4	4	
2. Самостоятельная работа (СРС)	51	51	
реферат/эссе (подготовка)			
расчётно-графическая работа (РГР) (подготовка)			
контрольная работа			
курсовая работа/проект (КР/КП) (подготовка)			
самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиум и т.д.)	51	51	
Подготовка к экзамену (контроль)	36	36	

Для студентов заочного обучения

Вид учебной работы	Трудоёмкость в час		
	Всего час.	В т.ч. по семестрам	
		№ сем 5	№ сем
Формат изучения дисциплины			
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	144/4	144/4	
1. Контактная работа:	22	18	
1.3. Аудиторная работа, в том числе:	16	12	
занятия лекционного типа (Л)	8	4	
занятия семинарского типа (ПЗ-семинары, практ. Занятия и др)	8	8	
лабораторные работы (ЛР)	-	-	
1.4. Внеаудиторная, в том числе			
курсовая работа (проект) (КР/КП) (консультация, защита)			
текущий контроль, консультации по дисциплине			
контактная работа на промежуточном контроле (КРА)	6	6	
2. Самостоятельная работа (СРС)	113	113	
реферат/эссе (подготовка)			
расчётно-графическая работа (РГР) (подготовка)			
контрольная работа			
курсовая работа/проект (КР/КП) (подготовка)			
самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиум и т.д.)	113	113	
Подготовка к экзамену (контроль)	9	9	

4.2. Содержание дисциплины, структурированное по темам

Таблица 4.1 - Содержание дисциплины, структурированное по темам для студентов очного обучения

Планируемые (контролируемые) результаты освое- ния: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения ком- петенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)				Вид СРС	Наименова- ние исполь- зуемых ак- тивных и интерактив- ных образо- вательных технологий	Реализация в рам- ках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Наи- ме- но- ва- ние раз- рабо- тан ного Эле- ктр он- ного кур- са (тру- до- ем- кост ь в ча- сах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа студентов (час)				
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия					
ИПКС-8.3 ИПКС-8.1	Раздел 1. СМИ и имидж в современной информационной культуре					Подготовка к лекциям [6.1.2] размещение в системе Moodle).	Задачи те- кущего кон- троля (раз- мещены в системе MOODLE)	Вопросы для кон- троля освоенности компетенций по теме дисциплины)	
	ема 1.1. СМИ и PR как институты информационной коммуникации	2			5,0	Подготовка к практи- ческим занятиям, са- мостоятельное освое- ние отдельных вопро- сов темы [6.1.2] раз- мещение в системе Moodle)			
	Практическое занятие № 1 Статус медиа и имиджа в информационном обществе			4					
ИПКС-8.1 ИПКС-8.3	Тема 1.2. Генезис и эволюция онтологического статуса имиджа. Процессуально-системная природа имиджа (лекционное занятие № 2)	3			5,0	Подготовка к практи- ческим занятиям, са- мостоятельное освое-	Задачи те- кущего кон- троля (раз-	Вопросы для кон- троля освоенности	

Планируемые (контролируемые) результаты освое- ния: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения ком- петенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)				Вид СРС	Наименова- ние исполь- зуемых ак- тивных и интерактив- ных образо- вательных технологий	Реализация в рам- ках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Наи- ме- но- ва- ние раз- рабо- тан- ного Эле- ктр- он- ного кур- са (тру- до- ем- кост- ь в ча- сах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа студентов (час)				
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия					
ИПКС-2.2						ние отдельных вопро- сов темы [6.1.2] раз- мещение в системе Moodle)	мещены в системе MOODLE)	компетенций по теме дисциплины)	
	Практическое занятие № 2. Междисциплинарная теория имиджа			6	5,0				
	Итого по 1 разделу	5		10	15				
ИПКС-2.3 ИПКС-8.1	Раздел 2. Раздел 2. СМИ как объект имиджмейкинга					Подготовка к лекциям [6.1.2] размещение в системе Moodle).			
	Тема 2.1. Имиджирование и имиджмейкинг. Понятие имиджа СМИ	2			5	Подготовка к практи- ческим занятиям, са- мостоятельное освое-	Задачи те- кущего кон- троля (раз-	Вопросы для кон- троля освоенности	

Планируемые (контролируемые) результаты освое- ния: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения ком- петенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)			Вид СРС	Наименова- ние исполь- зуемых ак- тивных и интерактив- ных образо- вательных технологий	Реализация в рам- ках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Наи ме- но- ва- ние раз- рабо- тан ного Эле ктр он- ного кур- са (тру до- ем- кост ь в ча- сах)	
		Контактная работа		Самостоятельная работа студентов (час)					
		Лекции	Лабораторные работы						Практические занятия
ИПКС-8.1 ИПКС-2.2 ИПКС-6.2	Практическое занятие № 3 СМИ и позиционирование имиджевых субъектов/объектов			4	ние отдельных вопро- сов темы [6.1.2] раз- мещение в системе Moodle)	мещены в системе MOODLE)	компетенций по теме дисциплины)		
	Тема 2.2. Карта имиджа СМИ (состав и структура имиджа СМИ).	2			5	Подготовка к практи- ческим занятиям, са- мостоятельное освое- ние отдельных вопро- сов темы [6.1.2] раз- мещение в системе Moodle)	Задачи те- кущего кон- троля (раз- мещены в системе MOODLE)	Вопросы для кон- троля освоенности компетенций по теме дисциплины)	
	Практическое занятие № 4 СМИ и продвижение имид- жевых субъектов/объектов			4					

Планируемые (контролируемые) результаты освое- ния: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения ком- петенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)				Вид СРС	Наименова- ние исполь- зуемых ак- тивных и интерактив- ных образо- вательных технологий	Реализация в рам- ках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Наи- ме- но- ва- ние раз- рабо- тан- ного Эле- ктр- он- ного кур- са (тру- до- ем- кост ь в ча- сах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа студентов (час)				
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия					
ИПКС-8.1 ИПКС-2.2	Тема 2.3. Функционирование имиджа СМИ. Имидже- вый контент в медиаполе	2			5	Подготовка к практи- ческим занятиям, са- мостоятельное освое- ние отдельных вопро- сов темы [6.1.2] раз- мещение в системе Moodle)	Задачи те- кущего кон- троля (раз- мещены в системе MOODLE)	Вопросы для кон- троля освоенности компетенций по теме дисциплины)	
	Практическое занятие № 5 Имиджевый контент его виды и функции (Практическое занятие темы)			4					
ИПКС -2.2 ИПКС-8.3	Итого по разделу 2	6		12	15				
	Раздел 3. Формирование и продвижение имиджей в СМИ					Подготовка к лекциям [6.1.2] размещение в системе Moodle).			
	Тема 3.1.Групповые имиджи в печатных СМИ	2			5	Подготовка к практи- ческим занятиям, са- мостоятельное освое- ние отдельных вопро-	Задачи те- кущего кон- троля (раз- мещены в	Вопросы для кон- троля освоенности компетенций по	

Планируемые (контролируемые) результаты освое- ния: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения ком- петенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)			Вид СРС	Наименова- ние исполь- зуемых ак- тивных и интерактив- ных образо- вательных технологий	Реализация в рам- ках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Наи ме- но- ва- ние раз- рабо- тан ного Эле ктр он- ного кур- са (тру до- ем- кост ь в ча- сах)	
		Контактная работа							Самостоятельная работа студентов (час)
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия					
	. Практическое занятие № 7 Формирование и продвиже- ние групповых (профессиональных, гендерных, этниче- ских) имиджей в профильных печатных СМИ (практиче- ское занятие темы)			4	сов темы [6.1.2] раз- мещение в системе Moodle)	системе MOODLE)	теме дисциплины)		
ИПКС -2.2 ИПКС-8.3 ИПКС-8.1	Тема 3.2.Персональные имиджи в Интернет СМИ	2			8	Задачи те- кущего кон- троля (раз- мещены в системе MOODLE)	Вопросы для кон- троля освоенности компетенций по теме дисциплины)		
	Практическое занятие № 8 .Формирование и продвиже- ние персональных (личных и публичных) имиджей в Ин- тернет СМИ (практическое занятие темы)			4					
ИПКС -2.3 ИПКС-6.3 ИПКС-8.3	Тема 3.3.Объектные имиджи в телевизионных СМИ	2			8	Задачи те- кущего кон- троля (раз- мещены в системе MOODLE)	Вопросы для кон- троля освоенности компетенций по теме дисциплины)		
	Практическое занятие № 9 .Формирование и продвиже- ние вещественно-средовых имиджей в цифровой рекламе в электронных СМИ (практическое занятие темы)			4					

Планируемые (контролируемые) результаты освое- ния: код УК; ОПК; ПК и индиккаторы достижения ком- петенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)				Вид СРС	Наименова- ние исполь- зуемых ак- тивных и интерактив- ных образо- вательных технологий	Реализация в рам- ках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Наи ме- но- ва- ние раз- рабо- тан ного Эле ктр он- ного кур- са (тру до- ем- кост ь в ча- сах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа студентов (час)				
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия					
						Moodle)			
	Итого по разделу 3	6		12	21				
	ИТОГО по дисциплине	17		34	51				

Задания к лекционным и практическим задачам работам содержатся в учебном и учебно-методических пособиях автора РПД: Брендиг и креативные направления PR-деятельности: учеб. пособие/ Е.А. Зайцева, Н.В. Сухенко, Е.А. Цветкова; Нижегород. гос. техн. ун-т им Р.Е. Алексеева. - Н. Новгород, 2017. - 96 с.; Цветкова Е.А. Управление имиджем СМИ .Учебно-методическое пособие для бакалавров направления подготовки 42.03.01«Реклама и связи с общественностью» всех форм обучения [Электронный текстовый документ /размещен в системе Moodle.] / Е.А. Цветкова - Нижегород. гос. техн. ун-т им. Р.Е. Алексеева. - Н.Новгород, 2021. – 53 с.

4.2. Содержание дисциплины, структурированное по темам

Таблица 4.1–Содержание дисциплины, структурированное по темам для студентов заочного обучения

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Наименование разрабатываемого Электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа студентов (час)				
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия					
ИПКС-8.3 ИПКС-8.1	Раздел 1. СМИ и имидж в современной информационной культуре					Подготовка к лекциям [6.1.2] размещение в системе Moodle).	Задачи текущего контроля (размещены в системе MOODLE)	Вопросы для контроля освоенности компетенций по теме дисциплины)	
	Тема 1.1. СМИ и PR как институты информационной коммуникации	0,5			10	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное освоение отдельных вопросов темы [6.1.2] размещение в системе Moodle)			
	Практическое занятие № 1 Статус медиа и имиджа в информационном обществе			0,5					
ИПКС-8.1 ИПКС-8.3 ИПКС-	Тема 1.2. Генезис и эволюция онтологического статуса имиджа. Процессуально-системная природа имиджа	0,5				Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное освоение отдельных вопросов темы [6.1.2] размещение в системе	Задачи текущего контроля (размещены в системе MOODLE)	Вопросы для контроля освоенности компетенций по теме дисциплины)	
	Практическое занятие № 2. Междисциплинарная теория имиджа			0,5	10	мещение в системе			

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Наименование разработанного Электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа студентов (час)				
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия					
2.2						Moodle)			
	Итого по 1 разделу	1		17	20				
ИПКС-2.3 ИПКС-8.1	Раздел 2. Раздел 2. СМИ как объект имиджмейкинга					Подготовка к лекциям [6.1.2] размещение в системе Moodle).			
	Тема 2.1. Имиджирование и имиджмейкинг. Понятие имиджа СМИ	1			20	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное освоение отдельных вопросов темы [6.1.2] размещение в системе Moodle)	Задачи текущего контроля (размещены в системе MOODLE)	Вопросы для контроля освоенности компетенций по теме дисциплины)	
	Практическое занятие № 3 СМИ и позиционирование имиджевых субъектов/объектов			1					

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Наименование разработанного Электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа студентов (час)				
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия					
ИПКС-8.1 ИПКС-2.2 ИПКС-6.2	Тема 2.2. Карта имиджа СМИ (состав и структура имиджа СМИ).	1			20	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное освоение отдельных вопросов темы [6.1.2] размещение в системе Moodle)	Задачи текущего контроля (размещены в системе MOODLE)	Вопросы для контроля освоенности компетенций по теме дисциплины)	
	Практическое занятие № 4 СМИ и продвижение имиджевых субъектов/объектов			1					
ИПКС-8.1 ИПКС-2.2	Тема 2.3. Функционирование имиджа СМИ. Имиджевый контент в медиаполе	1			20	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное освоение отдельных вопросов темы [6.1.2] размещение в системе	Задачи текущего контроля (размещены в системе MOODLE)	Вопросы для контроля освоенности компетенций по теме дисциплины)	

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Наименование разработанного Электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа студентов (час)				
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия					
	Практическое занятие № 5 Имиджевый контент его виды и функции (Практическое занятие темы)			1		Moodle)			
	Итого по разделу 2	3		3	60				
ИПКС - 2.2 ИПКС- 8.3	Раздел 3. Формирование и продвижение имиджей в СМИ					Подготовка к лекциям [6.1.2] размещение в системе Moodle).			
	Тема 3.1.Групповые имиджи в печатных СМИ	1			10	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное освоение отдельных вопросов темы [6.1.2] размещение в системе Moodle)	Задачи текущего контроля (размещены в системе MOODLE)	Вопросы для контроля освоенности компетенций по теме дисциплины)	
	. Практическое занятие № 7 Формирование и продвижение групповых (профессиональных, гендерных, этнических) имиджей в профильных печатных СМИ (практическое занятие темы)								
ИПКС - 2.2	Тема 3.2.Персональные имиджи в Интернет СМИ	1			10	Подготовка к практическим занятиям, са-	Задачи текущего кон-	Вопросы для кон-	

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Наименование разработанного Электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа студентов (час)				
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия					
ИПКС-8.3 ИПКС-8.1	Практическое занятие № 8 .Формирование и продвижение персональных (личных и публичных) имиджей в Интернет СМИ (практическое занятие темы)			1		мостоятельное освоение отдельных вопросов темы [6.1.2] размещение в системе Moodle)	троля (размещены в системе MOODLE)	троля освоенности компетенций по теме дисциплины)	
ИПКС - 2.3 ИПКС-6.3 ИПКС-8.3	Тема 3.3.Объектные имиджи в телевизионных СМИ	1			13	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное освоение отдельных вопросов темы [6.1.2] размещение в системе Moodle)	Задачи текущего контроля (размещены в системе MOODLE)	Вопросы для контроля освоенности компетенций по теме дисциплины)	
	Практическое занятие № 9 .Формирование и продвижение вещественно-средовых имиджей в цифровой рекламе в электронных СМИ (практическое занятие темы)			1					
	Итого по разделу 3	3		3	33				
	ИТОГО по дисциплине	8		8	113				

Задания к лекционным и практическим задачам работам содержатся в учебном и учебно-методических пособиях автора РПД Цветкова Е.А. Управление имиджем СМИ .Учебно-методическое пособие для бакалавров направления подготовки 42.03.01«Реклама и связи с общественностью» всех форм обучения [Электронный текстовый документ /размещен в системе Moodle.] / Е.А. Цветкова - Нижегород. гос. техн. ун-т им. Р.Е. Алексеева. - Н.Новгород, 2021. – 53 с.

5. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.

5.1 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности

Тема 2.1. Имиджирование и имиджмейкинг (ИПКС-2,ИПКС-3)

Практическое занятие № 3 Понятие имиджа СМИ

Пример комплексного задания в составе глоссарной (знаниевой -ЗН) и матрично-табличной (деятельностной-ДН) задач

Задание . *Охарактеризовать имидж как информационную систему и процесс*

- 1.Имидж как информационная структура (ЗН). Охарактеризовать а) феномен; б) цель и задачи визуального аспекта событийно-поведенческого имиджа коллегиального носителя (ДН).
2. Имиджобразующая информация (ЗН). Представить механизм влияния контекстной среды коллегиального носителя как источника прямой имиджобразующей информации (ДН)..
3. Имиджевая коммуникация и тип формируемого имиджа (ЗН). Раскрыть организационно-функциональную структуру имиджевой коммуникации, направленной на создание позитивного визуального имиджа (образного сообщения) в сфере совместной деятельности коллегиального носителя и его аудитории имиджа (ДН)..
4. Статус и роль коллегиального носителя в имиджевой коммуникации (ЗН). Описать и выявить технологический алгоритм установления идентичности носителя и зависимости идентичности от функционального контекста существования коллегиального носителя (ДН)..

1. Перечень вопросов (тематик), выносимых на промежуточную аттестацию (экзамен)

Перечень вопросов, выносимых на промежуточную аттестацию в форме экзамена сформированы в системе Moodle и находятся в свободном доступе.

Раздел 1. СМИ и имидж в современной информационной культуре

1. СМИ и PR как институты информационной коммуникации *Статус медиа и имиджа в информационном обществе* Технологии стратегии и тактики информационного управления в медийном пространстве активностью актуального имиджевого субъекта (ИПКС-8.3).

2. Генезис и эволюция онтологического статуса имиджа. Процессуально-системная природа имиджа. Междисциплинарная теория имиджа. Определения морально-этических принципов профессиональной деятельности СМИ при информационном (имиджевом) управлении своими аудиториями (ПКС-2.2) на этапе господства электронно-цифровой модели имиджа. Применение творческих решений с учетом мирового и отечественного опыта (ИПКС-8.1)

Раздел 2. СМИ как объект имиджмейкинга

3. Имиджирование и имиджмейкинг. Стратегический (перспективный) и тактический (оперативный) временные аспекты функционирования при разработке управленческих решений на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности на этапе господства электронно-цифровой модели имиджа. (ИПКС-2.3).

4. Понятие имиджа СМИ как динамической информационной системы.

СМИ и продвижение имиджевых субъектов/объектов через СМИ. Креативность применять творческие решения в управлении имиджем СМИ с учетом мирового и отечественного опыта при продвижении имиджей различных социальных субъектов, процессов и явлений на этапе господства электронно-цифровой модели имиджа. (ИПКС-8.1)

5. Карта имиджа СМИ (состав и структура имиджа СМИ). Имидж СМИ как объект и средство формирования (позиционирования) и продвижения имиджей. Организация проектов с функцией идентификации и повышения узнаваемости продукции СМИ, включая

благотворительные мероприятия на этапе господства электронно-цифровой модели имиджа. (ИПКС-6.2)

6. Функционирование имиджа СМИ. Имиджевый контент в медиаполе

Имиджевый контент как информационный продукт целевого назначения, *его виды и функции*. Создание актуальных информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применение творческих решений с учетом мирового и отечественного опыта на этапе господства электронно-цифровой модели имиджа (ИПКС-8.1).

Раздел 3. Формирование и продвижение имиджей в СМИ

7. Формирование и продвижение имиджей в СМИ *Формирование и продвижение групповых (профессиональных, гендерных, этнических) имиджей в профильных печатных СМИ.* Технологическая матрица формирования (позиционирования) и продвижения профессиональных имиджей. Применение творческих решений в управлении имиджем СМИ с учетом мирового и отечественного опыта при продвижении имиджей различных групповых социальных субъектов (ИПКС-8.1)

8. Персональные имиджи в Интернет СМИ. *Формирование и продвижение персональных (личных и публичных) имиджей в Интернет СМИ* Технологическая матрица формирования (позиционирования) и продвижения персональных имиджей. Креативность (творческие решения) в управлении имиджем СМИ с учетом мирового и отечественного опыта при продвижении персональных имиджей (ИПКС-8.1)

9. Объектные имиджи в телевизионных СМИ *Формирование и продвижение вещественно-средовых имиджей в цифровой рекламе в электронных СМИ.* Технологическая матрица формирования (позиционирования) и продвижения событийно-поведенческих имиджей социальных субъектов. Применение творческих решений в управлении имиджем СМИ с учетом мирового и отечественного опыта при продвижении объектных имиджей различных социальных субъектов всех видов (ИПКС-8.1)

5.2. Описание показателей и критериев контроля успеваемости, описание шкал оценивания

Таблица 5 При текущем контроле (контрольные недели) и оценка выполнения практических работ

Шкала оценивания	Экзамен/ Зачет с оценкой	Зачет
40<R<=50	Отлично	зачет
30<R<=40	Хорошо	
20<R<=30	Удовлетворительно	
0<R<=20	Неудовлетворительно	незачет

При промежуточном контроле успеваемость студентов оценивается по системе «зачет» либо «незачет».

Таблица 6 –Критерии оценивания результата обучения по дисциплине и шкала оценивания

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения			
		Оценка «неудовлетворительно» / «не зачтено» 0-59% от тах рейтинговой оценки контроля	Оценка «удовлетворительно» / «зачтено» 60-74% от тах рейтинговой оценки контроля	Оценка «хорошо» / «зачтено» 75-89% от тах рейтинговой оценки контроля	Оценка «отлично» / «зачтено» 90-100% от тах рейтинговой оценки контроля
ПКС-2 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ИПКС-2.2. Использует социальные проекты в качестве инструмента реализации политики социальной и корпоративной ответственности организации	Изложение учебного материала бессистемное, неполное, не освоены понятия, Допускаются серьезные ошибки Не способен сформулировать результат и осуществить рефлексивную оценку состоянию собственной динамики по освоению	Фрагментарные, поверхностные знания. Изложение полученных знаний неполное, однако это не препятствует усвоению последующего материала. Допускаются отдельные существенные ошибки, исправленные с помощью преподавателя. Затруднения при формулировании результатов и их решений	Знает материал на достаточно хорошем уровне; определяет понятия, допускаются фрагментарная неточность формулировок самостоятельно исправляемые при собеседовании. Дает в основном рефлексивную оценку собственной динамики по освоению	Имеет глубокие знания всего материала структуры дисциплины; освоил новации лекционного курса по сравнению с учебной литературой; изложение полученных знаний полное, системное. Дает качественную рефлексивную оценку собственной динамики по освоению
	ИПКС-2.2. Использует социальные проекты в качестве инструмента реализации политики социальной и корпоративной ответственности организации	Изложение учебного материала бессистемное, неполное, не освоены понятия, Допускаются серьезные ошибки Не способен сформулировать результат и осуществить рефлексивную оценку состоянию собственной динамики по освоению	Фрагментарные, поверхностные знания. Изложение полученных знаний неполное, однако это не препятствует усвоению последующего материала. Допускаются отдельные существенные ошибки, исправленные с помощью преподавателя. Затруднения при формулировании результатов и их решений	Знает материал на достаточно хорошем уровне; определяет понятия, допускаются фрагментарная неточность формулировок самостоятельно исправляемые при собеседовании. Дает в основном рефлексивную оценку собственной динамики по освоению	Имеет глубокие знания всего материала структуры дисциплины; освоил новации лекционного курса по сравнению с учебной литературой; изложение полученных знаний полное, системное. Дает качественную рефлексивную оценку собственной динамики по освоению
	ИПКС-2.3. Разрабатывает и обосновывает варианты управленческих решений на	Изложение учебного материала бессистемное, неполное, не освоены понятия, Допус-	Фрагментарные, поверхностные знания. Изложение полученных знаний непол-	Знает материал на достаточно хорошем уровне; определяет	Имеет глубокие знания всего материала структуры дисциплины; освоил нова-

	основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	каются серьезные ошибки Не способен сформулировать результат и осуществить рефлексивную оценку состоянию собственной динамики по освоению	ное, однако это не препятствует усвоению последующего материала. Допускаются отдельные существенные ошибки, исправленные с помощью преподавателя. Затруднения при формулировании результатов и их решений	понятия, допускаются фрагментарная неточность формулировок самостоятельно исправляемые при собеседовании. Дает в основном рефлексивную оценку собственной динамики по освоению	ции лекционного курса по сравнению с учебной литературой; изложение полученных знаний полное, системное. Дает качественную рефлексивную оценку собственной динамики по освоению
ПКС-6 Способен организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия	ИПКС-6.2. Организует проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия	Изложение учебного материала бессистемное, неполное, не освоены понятия, Допускаются серьезные ошибки Не способен сформулировать результат и осуществить рефлексивную оценку состоянию собственной динамики по освоению	Фрагментарные, поверхностные знания. Изложение полученных знаний неполное, однако это не препятствует усвоению последующего материала. Допускаются отдельные существенные ошибки, исправленные с помощью преподавателя. Затруднения при формулировании результатов и их решений	Знает материал на достаточном хорошем уровне; определяет понятия, допускаются фрагментарная неточность формулировок самостоятельно исправляемые при собеседовании. Дает в основном рефлексивную оценку собственной динамики по освоению	Имеет глубокие знания всего материала структуры дисциплины; освоил новации лекционного курса по сравнению с учебной литературой; изложение полученных знаний полное, системное. Дает качественную рефлексивную оценку собственной динамики по освоению
	ИПКС-6.3. Анализирует коммуникационные эффекты благотворительных мероприятий	Изложение учебного материала бессистемное, неполное, не освоены понятия, Допускаются серьезные ошибки Не способен сформулировать результат и осуществить рефлексивную оценку состоянию собственной динамики по освоению	Фрагментарные, поверхностные знания. Изложение полученных знаний неполное, однако это не препятствует усвоению последующего материала. Допускаются отдельные существенные ошибки, исправленные с помощью преподавателя. Затруднения при формулировании результатов и их решений	Знает материал на достаточном хорошем уровне; определяет понятия, допускаются фрагментарная неточность формулировок самостоятельно исправляемые при собеседовании. Дает в основном рефлексивную оценку собственной динамики по освоению	Имеет глубокие знания всего материала структуры дисциплины; освоил новации лекционного курса по сравнению с учебной литературой; изложение полученных знаний полное, системное. Дает качественную рефлексивную оценку собственной динамики по освоению
ПКС-8 Способен	ИПКС-8.1. Создает актуаль-	Изложение учебного матери-	Фрагментарные, поверх-	Знает материал на до-	Имеет глубокие знания

осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ные информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	ала бессистемное, неполное, не освоены понятия, Допускаются серьезные ошибки Не способен сформулировать результат и осуществить рефлексивную оценку состоянию собственной динамики по освоению	ностные знания. Изложение полученных знаний неполное, однако это не препятствует усвоению последующего материала. Допускаются отдельные существенные ошибки, исправленные с помощью преподавателя. Затруднения при формулировании результатов и их решений	статочно хорошем уровне; определяет понятия, допускаются фрагментарная неточность формулировок самостоятельно исправляемые при собеседовании. Дает в основном рефлексивную оценку собственной динамики по освоению	всего материала структуры дисциплины; освоил новации лекционного курса по сравнению с учебной литературой; изложение полученных знаний полное, системное. Дает качественную рефлексивную оценку собственной динамики по освоению
	ИПКС-8.3. Разрабатывает инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде	Изложение учебного материала бессистемное, неполное, не освоены понятия, Допускаются серьезные ошибки Не способен сформулировать результат и осуществить рефлексивную оценку состоянию собственной динамики по освоению	Фрагментарные, поверхностные знания. Изложение полученных знаний неполное, однако это не препятствует усвоению последующего материала. Допускаются отдельные существенные ошибки, исправленные с помощью преподавателя. Затруднения при формулировании результатов и их решений	Знает материал на достаточно хорошем уровне; определяет понятия, допускаются фрагментарная неточность формулировок самостоятельно исправляемые при собеседовании. Дает в основном рефлексивную оценку собственной динамики по освоению	Имеет глубокие знания всего материала структуры дисциплины; освоил новации лекционного курса по сравнению с учебной литературой; изложение полученных знаний полное, системное. Дает качественную рефлексивную оценку собственной динамики по освоению

Таблица 7. Критерии оценивания

Оценка	Критерии оценивания
Высокий уровень «5» (отлично) – «зачет»	оценку « отлично » заслуживает студент, освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал без пробелов; выполнивший все задания, предусмотренные учебным планом на высоком качественном уровне; практические навыки профессионального применения освоенных знаний сформированы.
Средний уровень «4» (хорошо) – «зачет»	оценку « хорошо » заслуживает студент, практически полностью освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не оценены максимальным числом баллов, в основном сформировал практические навыки.
Пороговый уровень «3» (удовлетворительно) – «зачет»	оценку « удовлетворительно » заслуживает студент, частично с пробелами освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, многие учебные задания либо не выполнил, либо они оценены числом баллов близким к минимальному, некоторые практические навыки не сформированы.
Минимальный уровень «2» (неудовлетворительно) – «незачет»	оценку « неудовлетворительно » заслуживает студент, не освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не выполнил, практические навыки не сформированы.

6 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Учебная литература

6.1.1. Брендинг и креативные направления PR-деятельности: учеб. пособие/ Е.А. Зайцева, Н.В. Сухенко, Е.А. Цветкова; Нижегород. гос. техн. ун-т им Р.Е. Алексеева. - Н. Новгород, 2017. - 96 с.

6.1.2 Цветкова Е.А. Управление имиджем СМИ .Учебно-методическое пособие для бакалавров направления подготовки 42.03.01«Реклама и связи с общественностью» всех форм обучения [Электронный текстовый документ.Размещен в системе Moodle.] / Е.А. Цветкова - Нижегород. гос. техн. ун-т им. Р.Е. Алексеева. - Н.Новгород, 2021. – 53 с.

6.2. Справочно-библиографическая литература

6.2.1 ЦветковаЕ.А.,Коровина Е.В.Имиджевая коммуникация как задача PR // Вестник НГТУ.им. Р.Е. Алексеева. Серия «Управление в социальных системах. Коммуникативные технологии», Н.Новгород: № 2, 2012 г с.36-47

6.2.3 Семёнова, Л.М. Имиджмейкинг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / С.-Петербург. гос. эконом. ун-т. – М., 2019. – 141 с. (ЭБС «Юрайт»)

6.2.4.Митрошенков, О.А. Деловое общение: эффективные переговоры: практич. пособие / РАНХиГС. – 2-е изд. – М., 2019. – 315 с. (ЭБС «Юрайт»)

6.3. Методические указания, рекомендации и другие материалы к занятиям

6.3.1. Е.А.Цветкова Имиджелогия Учебно-метод.комплекс по дисц."Имиджелогия"НГТУ им.Р.Е.Алексеева, Каф."Связи с общественностью, маркетинг и коммуникации"- Н.Новгород : [Б.и.], 2010. - 47 с.

6.3.2. Российский образовательный портал. <http://www.school.edu.ru/default.asp>

6.3.3. Федеральный образовательный портал. Экономика. Социология. Менеджмент. <http://ecsocman.hse.ru/>

7. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебный процесс по дисциплине обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав по дисциплине определен в настоящей РПД и подлежит обновлению при необходимости).

7.1 Перечень информационных справочных систем

Таблица 8. Перечень электронных библиотечных систем

№	Наименование ЭБС	Ссылка к ЭБС
1	Консультант студента	http://www.studentlibrary.ru/
2	Лань	https://e.lanbook.com/
3	Юрайт	https://biblio-online.ru/
4	E-LIBRARY.ru	http://elibrary.ru/defaultx.asp

7.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства необходимого для освоения дисциплины

Таблица 9. Программное обеспечение

Программное обеспечение, используемое в университете на договорной основе	Программное обеспечение свободного распространения
Microsoft Windows 7 (подписка MSDN 4689, подписка DreamSpark Premium, договор № Tr113003 от 25.09.14)	Adobe Acrobat Reader (FreeWare) https://acrobat.adobe.com/ru/ru/acrobat/pdf-reader.html
Microsoft Office Professional Plus 2007 (лицензия № 42470655)	OpenOffice (FreeWare) https://www.openoffice.org/ru/

7.3 Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

В таблице 10 указан перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, к которым обеспечен доступ (удаленный доступ). Данный перечень подлежит обновлению в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

В данном разделе могут быть приведены ресурсы (ссылки на сайты), на которых можно найти полезную для курса информацию, в т.ч. статистические или справочные данные, учебные материалы, онлайн курсы и т.д.

Таблица 10 - Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

№	Наименование профессиональной базы данных, информационно-справочной системы	Доступ к ресурсу (удаленный доступ с указанием ссылки/доступ из локальной сети университета)
1	2	3
1	Единый архив экономических и социологических данных	http://sophist.hse.ru/data_access.shtml

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОВЗ

В таблице 11 указан перечень образовательных ресурсов, имеющих формы, адаптированные к ограничениям их здоровья, а также сведения о наличии специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования. При заполнении таблицы может быть использована информация, размещенная в подразделе «Доступная среда» специализированного раздела сайта НГТУ «Сведения об образовательной организации» <https://www.nttu.ru/sveden/accenv/>

Таблица 11– Образовательные ресурсы для инвалидов и лиц с ОВЗ

№	Перечень образовательных ресурсов, приспособленных для использования инвалидами и лицами с ОВЗ	Сведения о наличии специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования
1	ЭБС «Консультант студента»	озвучка книг и увеличение шрифта
2	ЭБС «Лань»	специальное мобильное приложение - синтезатор речи, который воспроизводит тексты книг и меню навигации
3	ЭБС «Юрайт»	версия для слабовидящих

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, НЕОБХОДИМОЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Учебные аудитории для проведения занятий по дисциплине, оснащены оборудованием и техническими средствами обучения

В таблице 12 перечислены:

— учебные аудитории для проведения учебных занятий, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения;

— помещения для самостоятельной работы обучающихся, которые должны оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную, информационно-образовательную среду НГТУ.

Таблица 12–Оснащенность аудиторий и помещений для самостоятельной работы студентов по дисциплине

№	Наименование аудиторий и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность аудиторий помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
1	6302 учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации; г. Нижний Новгород, Казанское ш., 12	Комплект демонстрационного оборудования: • ПК, с выходом на мультимедийный проектор, на базе AMD Athlon 2.8 ГГц, 4 Гб ОЗУ, 250 Гб HDD, монитор 19" – 1 шт. • Мультимедийный проектор Epson- 1 шт; • Экран – 1 шт.; Набор учебно-наглядных пособий	<ul style="list-style-type: none"> • Microsoft Windows7 (подписка DreamSpark Premium, договор №Tr113003 от 25.09.14) • Gimp 2.8 (свободное ПО, лицензия GNU GPLv3); • Microsoft Office Professional Plus 2007 (лицензия № 42470655); • Open Office 4.1.1 (свободное ПО, лицензия Apache License 2.0) • Adobe Acrobat Reader (FreeWare); • 7-zip для Windows (свободно распространяемое ПО, лицензия GNU LGPL); Dr.Web (Сертификат №EL69-RV63-YMBJ-N2G7 от 14.05.19).

10. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

10.1 Общие методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины, образовательные технологии

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- балльно-рейтинговая технология оценивания;
- рассмотрение прикладных имиджевых ситуаций по профилю индикаторов достижения компетенции дисциплины.

При преподавании дисциплины «Управление имиджем СМИ», используются современные образовательные технологии, позволяющие повысить активность студентов при освоении материала курса и предоставить им возможность эффективно реализовать часы самостоятельной работы.

На лекциях, практических занятиях реализуются интерактивные технологии, приветствуются вопросы и обсуждения, используется личностно-ориентированный подход, технология работы в малых группах, что позволяет студентам проявить себя, получить навыки самостоятельного изучения материала, выровнять уровень знаний в группе.

Все вопросы, возникшие при самостоятельной работе над домашним заданием, подробно разбираются на практических занятиях и лекциях. Проводятся индивидуальные и групповые консультации с использованием, как встреч студентами, так и современных информационных технологий: электронная почта, ZOOM.

Иницируется активность студентов, поощряется задание любых вопросов по материалу, практикуется индивидуальный ответ на вопросы студента, рекомендуются методы успешного самостоятельного усвоения материала в зависимости от уровня его базовой подготовки.

Для оценки знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенции применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости студентов в процессе текущего контроля.

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена с учетом текущей успеваемости.

Результат обучения считается сформированным на повышенном уровне, если теоретическое содержание курса освоено полностью. При устных собеседованиях студент исчерпывающе, последовательно, четко и логически излагает учебный материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, использует в ответе дополнительный материал. Все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты, проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

Результат обучения считается сформированным на пороговом уровне, если теоретическое содержание курса освоено полностью. При устных собеседованиях студент последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

Результат обучения считается несформированным, если студент при выполнении заданий не демонстрирует знаний учебного материала, допускает ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет задания, не демонстрирует необходимых умений, качество выполненных заданий не соответствует установленным требованиям, качество их

выполнения оценено числом баллов ниже трех по оценочной системе, что соответствует допороговому уровню.

10.2 Методические указания для занятий лекционного типа

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов тематического плана. В ходе лекционных занятий раскрываются базовые вопросы в рамках каждой темы дисциплины (Таблица 4). Обозначаются ключевые аспекты тем, а также делаются акценты на наиболее сложные и важные положения изучаемого материала.

При применении технологии **лекция с актуальной обратной связью** эффективность познавательной деятельности студентов во время лекции значительно повышается (улучшается качество процесса запоминания излагаемого на занятии содержания, развивается слуховая оперативная память, если они будут знать, что в конце лекции им будут предложены контрольные вопросы и задания. Ее методическая цель - получение быстрой оперативной информации о степени усвоения учебного материала на занятии, личностному развитию в процессе социального взаимодействия с преподавателем и другими студентами в составе малой группы

Материалы лекций являются опорной основой для подготовки обучающихся к практическим занятиям при решении *знаниевых (предметных) культурологических задач* и выполнения заданий самостоятельной работы, а также к мероприятиям текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине.

Тематики лекций и заданий лекций с обратной связью представлены в учебном и учебно-методическом пособии: Брендинг и креативные направления PR-деятельности: учеб. пособие/ Е.А. Зайцева, Н.В. Сухенко, Е.А. Цветкова; Нижегород. гос. техн. ун-т им Р.Е. Алексеева. - Н. Новгород, 2017. - 96 с.; Цветкова Е.А. Управление имиджем СМИ .Учебно-методическое пособие для бакалавров направления подготовки 42.03.01«Реклама и связи с общественностью» всех форм обучения [Электронный текстовый документ /размещен в системе Moodle.] / Е.А. Цветкова - Нижегород. гос. техн. ун-т им. Р.Е. Алексеева. - Н.Новгород, 2021. – 53 с.

10.3 Методические указания по освоению дисциплины на практических работах

Практические занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы. Основной формой проведения семинаров и практических занятий является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение *деятельностных (инструментальных) культурологических задач* в аудиторных условиях.

Практические занятия обучающихся обеспечивают:

- активное применение знаний, полученных на лекциях;
- получение умений и навыков
 - *гlossарной работы*
 - *составления сообщений по результатам самостоятельного освоения отдельных вопросов и тем дисциплины;*
 - *решения имиджевых задач прикладного характера*
 - *рефлексивной оценки достигнутых компетенционных результатов;*
- подведение итогов занятий по рейтинговой системе.

Задания к практическим занятиям описаны в учебном и учебно-методическом пособии: Брендинг и креативные направления PR-деятельности: учеб. пособие/ Е.А. Зайцева, Н.В. Сухенко, Е.А. Цветкова; Нижегород. гос. техн. ун-т им Р.Е. Алексеева. - Н. Новгород, 2017. - 96 с.; Цветкова Е.А. Управление имиджем СМИ .Учебно-методическое пособие для бакалавров направления подготовки 42.03.01«Реклама и связи с общественностью» всех форм обучения [Электронный текстовый документ /размещен в системе Moodle.] / Е.А. Цветкова - Нижегород. гос. техн. ун-т им. Р.Е. Алексеева. - Н.Новгород, 2021. – 53 с.

10.4 Методические указания по самостоятельной работе обучающихся

Самостоятельная работа обеспечивает подготовку обучающегося к аудиторным занятиям и мероприятиям текущего контроля и промежуточной аттестации по изучаемой дисциплине. Результаты этой подготовки проявляются в активности обучающегося на занятиях и в качестве выполненных практических заданий и других форм текущего контроля.

При выполнении заданий для самостоятельной работы рекомендуется проработка материалов лекций по каждой пройденной теме, а также изучение рекомендуемой литературы, представленной в Разделе 6.

В процессе самостоятельной работы при изучении дисциплины студенты могут работать на компьютере в специализированных аудиториях для самостоятельной работы (указано в таблице 11). В аудиториях имеется доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет» к электронной информационно-образовательной среде университета (ЭИОС) и электронной библиотечной системе (ЭБС), где в электронном виде располагаются учебные и учебно-методические материалы, которые могут быть использованы для самостоятельной работы при изучении дисциплины.

Указания к самостоятельной работе и ее тематики изложены в учебном и учебно-методическом пособии: Брендинг и креативные направления PR-деятельности: учеб. пособие/ Е.А. Зайцева, Н.В. Сухенко, Е.А. Цветкова; Нижегород. гос. техн. ун-т им Р.Е. Алексеева. - Н. Новгород, 2017. - 96 с.; Цветкова Е.А. Управление имиджем СМИ .Учебно-методическое пособие для бакалавров направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» всех форм обучения [Электронный текстовый документ /размещен в системе Moodle.] / Е.А. Цветкова - Нижегород. гос. техн. ун-т им. Р.Е. Алексеева. - Н.Новгород, 2021. – 53 с.

Для обучающихся по заочной форме обучения самостоятельная работа является основным видом учебной деятельности.

11. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

11.1 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта в ходе текущего контроля успеваемости

Для текущего контроля знаний студентов по дисциплине проводится **комплексная оценка знаний**, включающая:

- проведение контрольных работ (в точках рубежного контроля);
- рассмотрение прикладных имиджевых задач для оценивания сформированности деятельностного («уметь» и «владеть») компонента индикаторов достижения компетенций дисциплины;
- глоссарная работа или тестирование для оценивания сформированности знаниевого («знать») компонента индикаторов достижения компетенций дисциплины;
- экзамен.

11.2 Типовые задания к практическим занятиям

Тема 2.3.Функционирование имиджа СМИ. Имиджевый контент в медиаполе (ИПКС-8.1,ИПКС-2.2)

Практическое занятие № 5

Деятельностная задача: для определения уровня готовности перевода теоретической базы знаний в технологические навыки и приемы осуществления отдельных видов профессиональной деятельности по управлению имиджами в коллегиальном режиме

Описание направленности задания. Интенсивное введение коммуникативной (имиджевой) информации в ментальное пространство аудитории имиджа- задача этапа продвижения через СМИ
Задачи задания

1. На конкретном примере продемонстрируйте основные направления и формы деятельности специалистов по связям с общественности и рекламе при продвижении имиджа через СМИ.
2. Акцентируйте специфику диапазона форм деятельности специалистов по связям с общественности и рекламе при продвижении имиджа через медиаформаты традиционных (например, печатных) СМИ и электронных (сетевых) СМИ

11.3. Типовые вопросы (задания) для устного (письменного) опроса

Тема 2.1. Имиджирование и имиджмейкинг. Понятие имиджа СМИ (ИПКС-3.2)

Практическое занятие № 3

Знаниевые задачи: тематики опроса

1. Имидж как инструмент управления в системе социальных отношений (статусной диспозиции субъекта и объекта управления).
2. Алгоритм формирования и преобразования имиджа: объективные и субъективные условия продуктивности.
3. Имиджирование или деятельность по созданию и корректировке имиджа: основные подходы и принципы.
4. Имиджмейкинг, его структура и функции

11.5. Типовые темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий/проектов

Групповые творческие задания :

Тема 2.3. Функционирование имиджа СМИ. Имиджевый контент в медиаполе (ИПКС-8.1, ИПКС-2.2)

Практическое занятие № 5

Задание: Подготовить в режиме самопоиска обзор по вопросам темы

1. Разработка проекта имидж - легенды: определение цели, формулировка миссии, написание текста легенды.
2. Алгоритм разработки типового технологического сценария развития и внедрения имидж-легенды в имиджевый ресурс носителя.
3. Формулировка концепции для продвижения имиджа СМИ объекта и создание слогана на основе этой концепции.

11.6. Типовые задания для контрольных работ

<i>Раздел 3. Формирование и продвижение имиджей в СМИ</i>	
Вариант 1.	
1. Интернет СМК и мобильные Интернет СМИ. Функциональные преимущества и ограничения Интернет СМИ по сравнению с традиционными печатными СМИ и их значение для современных информационных коммуникаций	
2. Формирование и продвижение персональных личных имиджей через имиджевый контент мобильных Интернет СМИ (с применением профессиональной технологической матрицы)	
Вариант 2	
1. Акустические СМК и радиальные СМИ. Функциональные преимущества и ограничения	

традиционных радиальных СМИ и инновационных Интернет СМИ и их значение для современных информационных коммуникаций
2.Формирование и продвижение персональных публичных имиджей через ор- акустический вербальный имиджевый контент радиальных СМИ (<i>с применением профес- сиональной технологической матрицы</i>)
Вариант 3
1. Телевизионные СМК и телевизионные СМИ. Функциональные преимущества и огра- ничения телевизионных СМИ по сравнению с традиционными радиальными СМИ и их значение для современных информационных коммуникаций
2.Формирование и продвижение профессиональных групповых имиджей через визуально (артефактный) имиджевый контент телевизионных СМИ (<i>с применением профессио- нальной технологической матрицы</i>)
Вариант 4
1. Интернет СМК и Интернет СМИ. Функциональные преимущества и ограничения инно- вационных Интернет СМИ и Интернет версий традиционных печатных СМИ и их значе- ние для современных информационных коммуникаций
2.Формирование и продвижение территорий через артефактно-событийный имиджевый контент Интернет СМИ

11.7.Типовые задачи промежуточной аттестации (экзамен)

Раздел 3. Формирование и продвижение имиджей в СМИ. Тема 3.1. Групповые имиджи в печатных СМИ)

Направление 1. Обзор прецедентов позиционирования групповой (гендерной и этнической) принадлежности в СМИ как стратегия структурирования имидж-легенды (на примере публич- ного имиджа женщины-телеведущей в ток-шоу публицистического характера)

Направление 2. Написание имиджевой статьи на основе разработки имиджевой карты актуаль- ного для публичного пространства и СМИ этномаркированного группового носителя имиджа

Направление 3

1. Интернет СМК и интернет СМИ. Функциональные преимущества и ограничения ТВ СМИ и Интернет версий печатных СМИ и их значение для современных информационных коммуникаций

2. Ресурсы формирования и продвижения вербальных (устных и письменных) составляю- щих персональных публичных имиджей через имиджевый контент Интернет СМИ

Полный фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации размещен в банке вопросов данного курса дисциплины в СДО Moodle / eLearning Server 4G ЭИОС НГТУ в свободном для студентов доступе.

УТВЕРЖДАЮ:

Директор института ИНЭУ

«__» _____ 201__ г.

Лист актуализации рабочей программы
дисциплины

Б.1.В.ДВ.2.1. «Управление имиджем СМИ»
индекс по учебному плану, наименование

для подготовки бакалавров

Направление: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность: «Продвижение средств массовой информации»

Форма обучения очная, заочная

Год начала подготовки: 2021

Курс 2 (очное обучение) ; 3 курс (заочное обучение)

Семестр 4 (очное обучение); 5 (заочное обучение)

а) В рабочую программу не вносятся изменения. Программа актуализирована для 20__ г. начала подготовки.

б) В рабочую программу вносятся следующие изменения (указать на какой год начала подготовки):

- 1)
- 2)
- 3)

Разработчик (и):

(ФИО, ученая степень, ученое звание)

«__» _____ 2021__ г.

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры СОМик

_____ протокол № _____ от «__» _____ 2021__ г.

Заведующий кафедрой

Е.А. Зайцева

Лист актуализации принят на хранение:

Заведующий выпускающей кафедрой _____ «__» _____ 2021__ г.

Методический отдел УМУ: _____ «__» _____ 2021__ г.

«__» _____ 2021__ г.

РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу дисциплины «Управление имиджем СМИ»
ОП ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направлен-
ность: «Продвижение средств массовой информации»
(квалификация выпускника – бакалавр)

Михайлова Татьяна Леонидовна, кандидат философских наук, доцент кафедры «Методологии, истории и философии науки» Института экономики и управления НГТУ им.Р.Е. Алексеева» (далее по тексту рецензент), проведена рецензия рабочей программы дисциплины «Управление имиджем СМИ» ОП ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленность: «Продвижение средств массовой информации» (бакалавриат) разработанной в ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный технический университет имени Р.Е. Алексеева», на кафедре «Связи с общественностью, маркетинг и коммуникации» (разработчик – Цветкова Елена Александровна, доцент, к.философ.н.).

Рассмотрев представленные на рецензию материалы, рецензент пришел к следующим выводам:

Программа соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленность: «Продвижение средств массовой информации». Программа содержит все основные разделы, соответствует требованиям к нормативно-методическим документам. Представленная в Программе актуальность учебной дисциплины в рамках реализации ОПОП ВО не подлежит сомнению – дисциплина относится к базовой части учебного цикла – Б1.

Представленные в Программе цели дисциплины соответствуют требованиям ФГОС ВО направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленность: «Продвижение средств массовой информации» (квалификация выпускника – бакалавр).

В соответствии с Программой за дисциплиной «Управление имиджем СМИ» закреплены компетенции ПКС-2, ПКС-6, ПКС-8.

Дисциплина и представленная Программа способны реализовать их в объявленных требованиях.

Результаты обучения, представленные в Программе в категориях знать, уметь, владеть соответствуют специфике и содержанию дисциплины и демонстрируют возможность получения заявленных результатов.

Общая трудоёмкость дисциплины «Управление имиджем СМИ» составляет 4 зачётных единицы (144 часа). Информация о взаимосвязи изучаемых дисциплин и вопросам исключения дублирования в содержании дисциплин соответствует действительности. Дисциплина «Управление имиджем СМИ» взаимосвязана с другими дисциплинами ОПОП ВО и Учебного плана по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленность: «Продвижение средств массовой информации» и возможность дублирования в содержании отсутствует.

Представленная Программа предполагает использование современных образовательных технологий, используемые при реализации различных видов учебной работы. Формы образовательных технологий соответствуют специфике дисциплины.

Виды, содержание и трудоёмкость самостоятельной работы студентов, представленные в Программе, соответствуют требованиям к подготовке выпускников, содержащимся во ФГОС ВО направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленность: «Продвижение средств массовой информации» (квалификация выпускника – бакалавр).

Представленные и описанные в Программе формы *текущей* оценки знаний (участие в лекциях с обратной связью, участие в решении зналиевых имиджевых задач) и аудиторных

заданиях (решение прикладных имиджевых задач), соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

Форма промежуточного контроля знаний студентов, предусмотренная Программой, осуществляется в форме экзамена, что соответствует статусу вариативной дисциплины базовой части цикла Б1 (формируемой участниками образовательных отношений) по выбору (запросу студентов), направленный на углубление уровня освоения компетенций ФГОС ВО направления **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленность: «Продвижение средств массовой информации»**.

Нормы оценки знаний, представленные в Программе, соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины представлено: основной литературой – 2 наименования, дополнительной литературой – 4 наименований и соответствует требованиям ФГОС ВО направления **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленность: «Продвижение средств массовой информации»**.

Материально-техническое обеспечение дисциплины соответствует специфике дисциплины **«Управление имиджем СМИ»** и обеспечивает использование современных образовательных, в том числе интерактивных методов обучения.

Методические рекомендации студентам и методические рекомендации преподавателям по организации обучения по дисциплине дают представление о специфике обучения по дисциплине **«Управление имиджем СМИ»**.

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ

На основании проведенной рецензии можно сделать заключение, что характер, структура и содержание рабочей программы дисциплины **«Управление имиджем СМИ»** ОПОП ВО по направлению **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленность: «Продвижение средств массовой информации»** (квалификация выпускника – бакалавр), разработанная Цветковой Е.А., доцентом кафедры «Связи с общественностью, маркетинг и коммуникации», к.философ., н, соответствует требованиям ФГОС ВО, современным требованиям информационного общества и соответствующего ему рынка труда и позволит при её реализации успешно обеспечить формирование заявленных компетенций.

Доцент кафедры
«Методологии, истории и философии
науки» Института экономики
и управления НГТУ им.Р.Е. Алексеева
Михайлова Татьяна Леонидовна

«9» июня 2021 г.