

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:
_____ С.Н. Митяков
подпись ФИО

«20» июня 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.2.1 Управление имиджем СМИ

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 2023

Выпускающая кафедра: СОМиК

Кафедра разработчик СОМиК

Объем дисциплины 144/4

Промежуточная аттестация: экзамен

Разработчик: Цветкова А.В., к.фил.н., доцент

Нижний Новгород, 2023

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 08 июня 2017 года № 512 на основании учебного плана принятого УМС НГТУ

протокол от 25.05.2023 № 22

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры протокол от 16.06.2023 № 6

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

Программа рекомендована к утверждению ученым советом института ИНЭУ, Протокол от
20.06.2023 № 5

Рабочая программа зарегистрирована в УМУ регистрационный № 42.03.01-П-55

Начальник МО _____

Заведующая отделом комплектования НТБ _____ Кабанина Н.И.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	4
1.1. Цель освоения дисциплины	4
1.2. Задачи освоения дисциплины (модуля)	4
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	4
3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	4
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	12
4.1. Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ по семестрам.....	12
4.2. Содержание дисциплины, структурированное по темам	14
5. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	20
6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	24
6.1. Учебная литература, печатные издания библиотечного фонда	24
6.2. Справочно-библиографическая литература	24
6.3. Методические указания, рекомендации и другие материалы к занятиям	24
7. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	25
7.1. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)	25
7.2. Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем	25
8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОВЗ	26
9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, НЕОБХОДИМОЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	26
10. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ	27
10.1. Общие методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины, образовательные технологии	27
10.2. Методические указания для занятий лекционного типа	28
10.3. Методические указания по освоению дисциплины на практических занятиях	28
10.4. Методические указания по самостоятельной работе обучающегося	28
11. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ	29
11.1. Типовые вопросы для промежуточной аттестации в форме экзамена...	29
11.2. Типовые задания для текущего контроля	30
ПРИЛОЖЕНИЕ	
Лист актуализации	34

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Целями освоения дисциплины являются:

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

1.2. 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 Б1.Б.7.17 «Управление имиджем СМИ» включена в обязательный перечень дисциплин вариативной части образовательной программы. Дисциплина реализуется в соответствии с требованиями ФГОС, ОП ВО и УП, по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина базируется на следующих дисциплинах: управление репутацией СМИ, специальные и корпоративные мероприятия в продвижении СМИ, репутационный менеджмент СМИ, интернет-маркетинг СМИ.

Дисциплина «Управление имиджем СМИ» является основополагающей для изучения следующих дисциплин: профессионально-ознакомительная практика профессионально-творческая практика, преддипломная практики и 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

3.1. Процесс изучения дисциплины (модуля) направлен на формирование элементов следующих общепрофессиональных компетенций в соответствии с ОПОП ВО по направлению 42.03.02 Реклама и связи с общественностью.

ПКС-2. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности.

ПКС-6. Способен организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия.

ПКС-8. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.

Формирование указанных компетенций размещено в таблице 1.

Таблица 1 - Формирование компетенций дисциплинами

Наименование дисциплин, формирующих компетенцию совместно	Семестры формирования дисциплины							
	1	2	3	4	5	6	7	8
ПКС-2								
Специальные и корпоративные мероприятия в продвижении СМИ ПКС-2								
Интернет-маркетинг ПКС-2								
Управление имиджем СМИ ПКС-2								
Философия имиджевой деятельности и развитие клиентурных отношений ПКС-2								
Управление репутацией СМИ ПКС-2								
Репутационный менеджмент ПКС-2								
Семиотика рекламного текста ПКС-2								
Профессионально-творческая практика ПКС-2								
Преддипломная практика ПКС-2								
Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы ПКС-2								
ПКС-6								
Специальные и корпоративные мероприятия в продвижении СМИ ПКС-6								
Интернет-маркетинг СМИ ПКС-6								
Управление имиджем СМИ ПКС-6								
Философия имиджевой деятельности и развитие клиентурных отношений ПКС-2								
Управление репутацией СМИ ПКС-6								
Репутационный менеджмент ПКС-6								
Семиотика рекламного текста ПКС-6								
Профессионально-творческая практика ПКС-6								

Наименование дисциплин, формирующих компетенцию совместно	Семестры формирования дисциплины							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Преддипломная практика ПКС-6								
Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы ПКС-6								
ПКС-8								
Управление имиджем СМИ ПКС-8								
Философия имиджевой деятельности и развитие клиентурных отношений ПКС-8								
Семиотика рекламного текста ПКС-8								
Преддипломная практика ПКС-8								
Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы ПКС-8								

3.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы (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 деятельностьные задачи текущего контроля	Вопросы и задания (задачи) по индикаторам достижений компетенций раздела и темы (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 деятельностьные задачи текущего контроля	Вопросы и задания (задачи) по индикаторам достижений компетенций раздела и темы (9 комплексных вопросов)
ПКС-6. Способен организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия	ИПКС-6.2. Организовывает 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 деятельностьные задачи текущего контроля	Вопросы и задания (задачи) по индикаторам достижений компетенций раздела и темы (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 деятельностьные задачи текущего контроля	Вопросы и задания (задачи) по индикаторам достижений компетенций раздела и темы (9 комплексных вопросов)

ПКС-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 деятельностные задачи текущего контроля	Вопросы и задания (задачи) по индикаторам достижений компетенций раздела и темы (9 комплексных вопросов)
	ИПКС-8.3. Разрабатывает инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде при управлении имиджем СМИ	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 деятельностные задачи текущего контроля	Вопросы и задания (задачи) по индикаторам достижений компетенций раздела и темы (9 комплексных вопросов)

УК-10. Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	ИУК-102. Планирует, организует и проводит мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в социуме.	Знать: - задачи и формы корпоративной социализации (в рамках корпоративной идентичности сотрудников) в целях обеспечения формирования гражданской позиции и предотвращения коррупционного поведения отдельных сотрудников и организации как коллективной корпоративной личности (ИУК-10.2)	Уметь: - срез мероприятия формальной и неформальной корпоративной социализации решать задачи по обеспечению формирования гражданской позиции и предотвращение коррупционного поведения отдельных сотрудников и организации как коллективной корпоративной личности (ИУК-10.2)	Владеть: - навыками применения механизмов первичной и вторичной корпоративной социализации (в структуре ее мероприятий) при решении задач по обеспечению формирования гражданской позиции и предотвращение коррупционного поведения отдельных сотрудников и организации как коллективной корпоративной личности (ИУК-10.2)	Знаниевые и деятельность задачи текущего контроля	Вопросы и задания (задачи) по индикаторам достижений компетенций раздела и темы (9 комплексных вопросов)
	ИУК-10.3. Осуществляет взаимодействия в обществе на основе нетерпимого отношения к коррупции	Знать: - потенциал ценностно-нормативного ресурса корпоративной индивидуальности организации при решении задач внешней адаптации на основе информационного взаимодействия со своими корпоративными аудиториями на основе нетерпимого отношения к коррупции (ИУК-10.3.)	Уметь: - реализовать потенциал ценностно-нормативного ресурса корпоративной индивидуальности организации при решении задач внешней адаптации на основе информационного взаимодействия со своими корпоративными аудиториями на основе нетерпимого	Владеть: - систематическими навыками применения потенциала ценностно-нормативного ресурса корпоративной индивидуальности организации при решении задач внешней адаптации на основе информационного взаимодействия со своими корпоративными аудиториями на основе нетерпимого отношения к	Знаниевые и деятельность задачи текущего контроля	Вопросы и задания (задачи) по индикаторам достижений компетенций раздела и темы (9 комплексных вопросов)

			отношения коррупции 10.3.)	к (ИУК- 10.3.)	коррупции (ИУК- 10.3.)		
--	--	--	----------------------------------	----------------------	---------------------------	--	--

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

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
		2 сем
Формат изучения дисциплины	с использованием элементов электронного обучения	
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	144/4	144/4
1. Контактная работа:	57	57
1.1. Аудиторная работа, в том числе:	51	51
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	6	6
курсовая работа (проект) (КР/КП) (консультация, защита)		
текущий контроль, консультации по дисциплине	6	6
контактная работа на промежуточном контроле (КРА)		
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 зачёту (контроль)	36	36

Для студентов заочного обучения

Вид учебной работы	Трудоёмкость в час	
	Всего час.	В т.ч. по семестрам
		2 сем
Формат изучения дисциплины	с использованием элементов электронного обучения	
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	144/4	144/4
1. Контактная работа:	22	22
1.1. Аудиторная работа, в том числе:	16	16
занятия лекционного типа (Л)	8	8
занятия семинарского типа (ПЗ-семинары, практ. занятия и др)	8	8
лабораторные работы (ЛР)		
1.2. Внеаудиторная, в том числе	6	6
курсовая работа (проект) (КР/КП) (консультация, защита)		
текущий контроль, консультации по дисциплине	6	6
контактная работа на промежуточном контроле (КРА)		
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 зачёту (контроль)	9	9

4.2. Содержание дисциплины, структурированное по темам

Таблица 4 - Содержание дисциплины, структурированное по темам

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	Наименование разработанного Электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа студентов (час)			
		Лекции	Лабораторн ые работы	Практическ ие занятия				
4 семестр								
ИПКС-8.3 ИПКС-8.1	Раздел 1. СМИ и имидж в современной информационной культуре							
	Тема 1.1. СМИ и PR как институты информационной коммуникации. <i>Практическое занятие № 1. Статус медиа и имиджа в информационном обществе</i>	2		4	8	Подготовка к лекциям [6.1.2]; подготовка к практическим занятиям, самостоятельное освоение отдельных вопросов темы [6.1.2]	Задачи текущего контроля	
ИПКС-8.3 ИПКС-8.1	Тема 1.2. Генезис и эволюция онтологического статуса имиджа. Процессуально- системная природа имиджа (лекционное занятие № 2) <i>Практическое занятие № 2. Междисциплинарная теория имиджа</i>	2		6	8	Подготовка к практическому занятию [6.3.1]; самоосвоение отдельных вопросов темы [6.3.2]	Задачи текущего контроля	

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	Наименование разработанного Электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа студентов (час)			
		Лекции	Лабораторн ые работы	Практическ ие занятия				
	Итого по разделу 1.	4		10	16			
ИПКС-2.3 ИПКС-8.1 ИПКС-8.1 ИПКС-2.2 ИПКС-6.2	Раздел 2. СМИ как объект имиджмейкинга							
	Тема 2.1. Имиджирование и имиджмейкинг. Понятие имиджа СМИ. Практическое занятие № 3. СМИ и позиционирование имиджевых субъектов/объектов	3		6	8	Подготовка к лекциям [6.1.2]. Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное освоение отдельных вопросов темы [6.1.2]	Задачи текущего контроля	
ИПКС-8.1 ИПКС-2.2	Тема 2.2. Карта имиджа СМИ (состав и структура имиджа СМИ). Практическое занятие № 4. СМИ и продвижение имиджевых субъектов/объектов	3		6	8	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное освоение отдельных вопросов темы [6.1.2]	Задачи текущего контроля	

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	Наименование разработанного Электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа студентов (час)			
		Лекции	Лаборатори ые работы	Практическ ие занятия				
ИПКС-2.3 ИПКС-8.1	Тема 2.3. Функционирование имиджа СМИ. Имиджевый контент в медиаполе. Практическое занятие № 5. Имиджевый контент его виды и функции	3		6	8	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное освоение отдельных вопросов темы [6.1.2]	Задачи текущего контроля	
	Итого по 2 разделу	9		18	24			
ИПКС -2.2 ИПКС-8.3	Раздел 3. Формирование и продвижение имиджей в СМИ							
	Тема 3.1. Групповые имиджи в печатных СМИ. Практическое занятие № 7. Формирование и продвижение групповых (профессиональных, гендерных, этнических) имиджей в профильных печатных СМИ	4		6	11	Подготовка к лекциям [6.1.2]. Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное освоение отдельных вопросов темы [6.1.2]	Задачи текущего контроля	
	Итого по 3 разделу	4		6	11			
	ИТОГО ЗА СЕМЕСТР	17		34	51			
	ИТОГО по дисциплине	17		34	51			

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	Наименование разработанного Электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа студентов (час)			
		Лекции	Лабораторн ые работы	Практическ ие занятия				
5 семестр								
ИПКС-8.3 ИПКС-8.1	Раздел 1. СМИ и имидж в современной информационной культуре							
	Тема 1.1. СМИ и PR как институты информационной коммуникации. <i>Практическое занятие № 1. Статус медиа и имиджа в информационном обществе</i>	2			18	Подготовка к лекциям [6.1.2]; подготовка к практическим занятиям, самостоятельное освоение отдельных вопросов темы [6.1.2]	Задачи текущего контроля	
ИПКС-8.3 ИПКС-8.1	Тема 1.2. Генезис и эволюция онтологического статуса имиджа. Процессуально-системная природа имиджа (лекционное занятие № 2) <i>Практическое занятие № 2. Междисциплинарная теория имиджа</i>			2	18	Подготовка к практическому занятию [6.3.1]; самоосвоение отдельных вопросов темы [6.3.2]	Задачи текущего контроля	
	Итого по разделу 1.	2		2	36			
	ИПКС-2.3	Раздел 2. СМИ как объект имиджмейкинга						

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	Наименование разработанного Электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа студентов (час)			
		Лекции	Лабораторн ые работы	Практическ ие занятия				
ИПКС-8.1 ИПКС-8.1 ИПКС-2.2 ИПКС-6.2	Тема 2.1. Имиджирование и имиджмейкинг. Понятие имиджа СМИ. Практическое занятие № 3. СМИ и позиционирование имиджевых субъектов/объектов	2		2	18	Подготовка к лекциям [6.1.2]. Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное освоение отдельных вопросов темы [6.1.2]	Задачи текущего контроля	
ИПКС-8.1 ИПКС-2.2	Тема 2.2. Карта имиджа СМИ (состав и структура имиджа СМИ). Практическое занятие № 4. СМИ и продвижение имиджевых субъектов/объектов	2			18	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное освоение отдельных вопросов темы [6.1.2]	Задачи текущего контроля	
ИПКС-2.3 ИПКС-8.1	Тема 2.3. Функционирование имиджа СМИ. Имиджевый контент в медиаполе. Практическое занятие № 5. Имиджевый контент его виды и функции			2	18	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное освоение отдельных вопросов темы [6.1.2]	Задачи текущего контроля	

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	Наименование разработанного Электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа студентов (час)			
		Лекции	Лабораторн ые работы	Практическ ие занятия				
	Итого по 2 разделу	4		4	54			
ИПКС -2.2 ИПКС-8.3	Раздел 3. Формирование и продвижение имиджей в СМИ							
	Тема 3.1. Групповые имиджи в печатных СМИ. Практическое занятие № 6. Формирование и продвижение групповых (профессиональных, гендерных, этнических) имиджей в профильных печатных СМИ	2		2	23	Подготовка к лекциям [6.1.2]. Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное освоение отдельных вопросов темы [6.1.2]	Задачи текущего контроля	
	Итого по 3 разделу	2		2	23			
	ИТОГО ЗА СЕМЕСТР	8		8	113			
	ИТОГО по дисциплине	8		8	113			

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

Для осуществления текущего контроля знаний обучающихся сформулированы теоретические вопросы по темам лабораторных работ и примеры заданий для домашних и контрольных работ.

Типовые задания для текущего контроля усвоения знаний, умений и навыков представлены в оценочных материалах по дисциплине «Управление имиджем СМИ», которые хранятся на кафедре «Связи с общественностью, маркетинг и коммуникации».

Раздел	Вид текущего контроля	Оценочные материалы
Раздел 1	Дискуссия	вопросы
	Индивидуальные задания по темам курса	задачи
Раздел 2	Индивидуальные задания по темам курса	задачи
	Дискуссия	вопросы
Раздел 3	Дискуссия	вопросы
	Индивидуальные задания по темам курса	задачи
	Тест по разделу 3	тест

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 «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

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 «неудовлетворительно» / «не зачтено» 0-59% 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.	Не способен грамотно и логически верно излагать, и использовать теоретический материал. Не способен определять причинно-следственные связи. Не может ответить на уточняющие вопросы преподавателя.	Способен анализировать изученный теоретический материал, однако допускает значительные ошибки. Не способен ответить на уточняющие вопросы. Испытывает затруднения при определении причинно-следственных связей.	Способен анализировать изученный теоретический материал, но допускает незначительные ошибки. Отвечает на уточняющие вопросы неполно/некорректно.	Имеет глубокие знания всего материала дисциплины; изложение полученных знаний полное, системное; допускаются единичные ошибки, самостоятельно исправляемые при собеседовании.
	ИПКС-2.2. Использует социальные проекты в качестве инструмента реализации политики социальной и корпоративной ответственности организации.	Не способен грамотно и логически верно излагать, и использовать теоретический материал. Не способен определять причинно-следственные связи. Не может ответить на уточняющие вопросы преподавателя.	Способен анализировать изученный теоретический материал, однако допускает значительные ошибки. Не способен ответить на уточняющие вопросы. Испытывает затруднения при определении причинно-следственных связей.	Способен анализировать изученный теоретический материал, но допускает незначительные ошибки. Отвечает на уточняющие вопросы неполно/некорректно.	Имеет глубокие знания всего материала дисциплины; изложение полученных знаний полное, системное; допускаются единичные ошибки, самостоятельно исправляемые при собеседовании.

	ИПКС-2.3. Разрабатывает и обосновывает варианты управленческих решений на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности.	Не способен грамотно и логически верно излагать, и использовать теоретический материал. Не способен определять причинно-следственные связи. Не может ответить на уточняющие вопросы преподавателя.	Способен анализировать изученный теоретический материал, однако допускает значительные ошибки. Не способен ответить на уточняющие вопросы. Испытывает затруднения при определении причинно-следственных связей.	Способен анализировать изученный теоретический материал, но допускает незначительные ошибки. Отвечает на уточняющие вопросы неполно/некорректно.	Имеет глубокие знания всего материала дисциплины; изложение полученных знаний полное, системное; допускаются единичные ошибки, самостоятельно исправляемые при собеседовании.
ПКС-6. Способен организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия	ИПКС-6.2. Организовывает проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия.	Не способен грамотно и логически верно излагать, и использовать теоретический материал. Не способен определять причинно-следственные связи. Не может ответить на уточняющие вопросы преподавателя.	Способен анализировать изученный теоретический материал, однако допускает значительные ошибки. Не способен ответить на уточняющие вопросы. Испытывает затруднения при определении причинно-следственных связей.	Способен анализировать изученный теоретический материал, но допускает незначительные ошибки. Отвечает на уточняющие вопросы неполно/некорректно.	Имеет глубокие знания всего материала дисциплины; изложение полученных знаний полное, системное; допускаются единичные ошибки, самостоятельно исправляемые при собеседовании.
	ИПКС-6.3. Анализирует коммуникационные эффекты благотворительных мероприятий.	Не способен грамотно и логически верно излагать, и использовать теоретический материал. Не способен определять причинно-следственные связи. Не может ответить на уточняющие вопросы преподавателя.	Способен анализировать изученный теоретический материал, однако допускает значительные ошибки. Не способен ответить на уточняющие вопросы. Испытывает затруднения при определении причинно-следственных связей.	Способен анализировать изученный теоретический материал, но допускает незначительные ошибки. Отвечает на уточняющие вопросы неполно/некорректно.	Имеет глубокие знания всего материала дисциплины; изложение полученных знаний полное, системное; допускаются единичные ошибки, самостоятельно исправляемые при собеседовании.
ПКС-8. Способен осуществлять	ИПКС-8.1. Создает актуальные	Не способен грамотно и логически верно излагать,	Способен анализировать изученный	Способен анализировать	Имеет глубокие знания всего материала

авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта.	и использовать теоретический материал. Не способен определять причинно-следственные связи. Не может ответить на уточняющие вопросы преподавателя.	теоретический материал, однако допускает значительные ошибки. Не способен ответить на уточняющие вопросы. Испытывает затруднения при определении причинно-следственных связей.	изученный теоретический материал, но допускает незначительные ошибки. Отвечает на уточняющие вопросы неполно/некорректно.	дисциплины; изложение полученных знаний полное, системное; допускаются единичные ошибки, самостоятельно исправляемые при собеседовании.
	ИПКС-8.3. Разрабатывает инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде.	Не способен грамотно и логически верно излагать, и использовать теоретический материал. Не способен определять причинно-следственные связи. Не может ответить на уточняющие вопросы преподавателя.	Способен анализировать изученный теоретический материал, однако допускает значительные ошибки. Не способен ответить на уточняющие вопросы. Испытывает затруднения при определении причинно-следственных связей.	Способен анализировать изученный теоретический материал, но допускает незначительные ошибки. Отвечает на уточняющие вопросы неполно/некорректно.	Имеет глубокие знания всего материала дисциплины; изложение полученных знаний полное, системное; допускаются единичные ошибки, самостоятельно исправляемые при собеседовании.

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 Цветкова Е.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. - 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.

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

6.3. Методические указания, рекомендации и другие материалы к занятиям

Методические указания и рекомендации по проведению конкретных видов учебных занятий по дисциплине «Управление имиджем СМИ».

6.3.1. Цветкова Е.А. 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. Методические рекомендации по организации и планированию практических занятия по дисциплине «Управление имиджем СМИ».

6.3.3. Методические рекомендации по организации и планированию самостоятельной работы по дисциплине «Управление имиджем СМИ».

7. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

7.1. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Научная электронная библиотека E-LIBRARY.ru. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>
2. Электронная библиотечная система Поволжского государственного университета сервиса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elib.tolgas.ru/> - Загл. с экрана.
3. Электронно-библиотечная система Znanium.com [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://znanium.com/>. – Загл. с экрана.
4. Открытое образование [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://openedu.ru/>. - Загл с экрана.
5. Polpred.com. Обзор СМИ. Полнотекстовая, многоотраслевая база данных (БД) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://polpred.com/>. – Загл. с экрана.
6. Базы данных Всероссийского института научной и технической информации (ВИНИТИ РАН) по естественным, точным и техническим наукам [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.viniti.ru>. – Загл. с экрана.
7. Университетская информационная система Россия [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://uisrussia.msu.ru/>. – Загл. с экрана.
8. Научно-техническая библиотека НГТУ <http://www.nntu.ru/RUS/biblioteka/bibl.html>. Электронные библиотечные системы. Электронный каталог книг <http://library.nntu.nnov.ru/>.
9. Электронный каталог периодических изданий <http://library.nntu.nnov.ru/>
10. Гости Нормы, правила, стандарты и законодательство России <http://www.nntu.ru/RUS/biblioteka/resyrs/norma.htm>.

7.2. Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Таблица 8 – Перечень электронных библиотечных систем

№	Наименование ЭБС	Ссылка, по которой осуществляется доступ к ЭБС
1	Консультант студента	http://www.studentlibrary.ru/
2	Лань	https://e.lanbook.com/

3	Юрайт	https://biblio-online.ru/
4	TNT-ebook	https://www.tnt-ebook.ru/

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.

Таблица 9 - 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	База данных стандартов и регламентов РОССТАНДАРТ	https://www.gost.ru/portal/gost//home/standarts
2	Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем	https://cyberpedia.su/21x47c0.html

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОВЗ

В таблице 10 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.nntu.ru/sveden/accenv/>

На сайте НГТУ размещены в формате PDF материалы, разработанные по курсу «Основы теории цепей».

Таблица 10 - 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

Для контактной и самостоятельной работы обучающихся выделены помещения, оснащённые компьютерной техникой с подключением к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации:

- специализированная аудитория 6302 с проектором и доступом в Интернет для проведения лекций, семинаров самостоятельной работы и презентаций.

Наименование	Оснащенность	Программное обеспечение
--------------	--------------	-------------------------

оборудованного учебного кабинета	оборудованного учебного кабинета	
Мультимедийная аудитория № 6302 учебно-лабораторного корпуса № 6	1. Доска меловая – 1 шт. 3. Экран – 1 шт. 4. Мультимедийный проектор Epson X12 – 1 шт. 5. Компьютер PC MB Asus на чипсете Nvidia/AMD Athlon XII CPU 2.8Ghz/ RAM 4 Ggb/SVGAS standartGraphics +Ge-FORCE Nvidia GT210/HDD 250Ggb,SATA interface, монитор 19", с выходом на проектор. 6. Рабочее место студента - 74 7. Рабочее место для преподавателя – 1 шт.	1. Windows 7 32 bit корпоративная; VL 49477S2 2. Adobe Acrobat Reader DC-Russian (беспл.) 3. Microsoft Office Professional Plus 2007 (лицензия № 42470655); 4. Dr.Web (с/н GMN9-DSLH-G4U1-LW6H от 11.05.23 до 28.05.24)

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;
- разбор конкретных ситуаций.

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: чат, электронная почта, Контур.

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.

Методические указания для занятий лекционного типа, по освоению дисциплины на практических занятиях и по самостоятельной работе находятся в оценочных материалах по дисциплине «Управление имиджем СМИ», которые хранятся на кафедре «Связи с общественностью, маркетинг и коммуникации».

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. Материалы лекций являются опорной основой для подготовки обучающихся к практическим занятиям / лабораторным работам и выполнения заданий самостоятельной работы, а также к мероприятиям текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине.

10.3. Методические указания по освоению дисциплины на практических занятиях

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

Практические занятия обучающихся обеспечивают:

- проверку и уточнение знаний, полученных на лекциях;
- получение умений и навыков решения задач;
- подведение итогов занятий по рейтинговой системе, согласно технологической

карте дисциплины.

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.

Развернутые методические указания по всем видам работы студента находятся на кафедре «СОМиК».

11. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

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:

- обсуждение теоретических вопросов (дискуссия);
- решение задач;
- тестирование,
- экзамен.

Типовые задания по каждому виду текущего контроля представлены в оценочных материалах по дисциплине «Управление имиджем СМИ», которые хранятся на кафедре «Связи с общественностью, маркетинг и коммуникации».

11.1. Типовые вопросы для промежуточной аттестации в форме экзамена

Промежуточный контроль знаний осуществляется преподавателем в форме экзамена, включающего устный ответ на 2 теоретических вопроса.

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).

11.2. Типовые задания для текущего контроля

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).

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

Практическое занятие № 3

Знаниевые задачи: тематика 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

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:

1. На конкретном примере продемонстрируйте основные направления и формы деятельности специалистов по связям с общественностью и рекламе при продвижении имиджа через СМИ.

2. Акцентируйте специфику диапазона форм деятельности специалистов по связям с общественностью и рекламе при продвижении имиджа через медиаформаты традиционных (например, печатных) СМИ и электронных (сетевых) СМИ.

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.

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 публичного имиджа женщины-телеведущей в ток-шоу публицистического характера)

Направление 2. Написание имиджевой статьи на основе разработки имиджевой карты актуального 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) составляющих персональных публичных имиджей через имиджевый контент Интернет СМИ

Контрольные работы

Раздел 3. Формирование и продвижение имиджей в СМИ
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 <i>(с применением профессиональной технологической матрицы)</i>
Вариант 2.
1. Акустические СМК и радионные СМИ. Функциональные преимущества и ограничения традиционных радионных СМИ и инновационных Интернет СМИ и их значение для современных информационных коммуникаций
2. Формирование и продвижение персональных публичных имиджей через акустический вербальный имиджевый контент радионных СМИ <i>(с применением профессиональной технологической матрицы)</i>
Вариант 3.
1. Телевизионные СМК и телевизионные СМИ. Функциональные преимущества и ограничения телевизионных СМИ по сравнению с традиционными радионными 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 профессиональной технологической матрицы)</i>
Вариант 4
1. Интернет СМК и Интернет СМИ. Функциональные преимущества и ограничения инновационных Интернет СМИ и Интернет-версий традиционных печатных СМИ и их значение для современных информационных коммуникаций
2. Формирование и продвижение территорий через артефактно-событийный имиджевый контент Интернет СМИ

Полный фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации размещен в учебном и учебно-методическом пособиях:

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] / Е.А. Цветкова - Нижегород. гос. техн. ун-т им. Р.Е. Алексеева. - Н.Новгород, 2021. – 53 с.

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института ИНЭУ

« ____ » _____ 202__ г.

Лист актуализации рабочей программы дисциплины
Б1.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:

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

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

а) В рабочую программу не вносятся изменения. Программа актуализирована для 202__ 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) « ____ » _____ 202__ г.

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры СОМиК
_____ протокол № _____ от « ____ » _____ 202__ г.

Заведующий кафедрой Е.А. Зайцева

Лист актуализации принят на хранение:

Заведующий выпускающей кафедрой _____ « ____ » _____ 202__ г.

Методический отдел УМУ: _____ « ____ » _____ 202__ г.