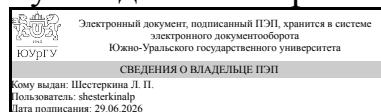


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель направления



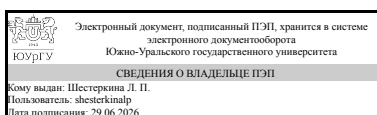
Л. П. Шестеркина

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.07 Профессиональный образ журналиста
для направления 42.03.02 Журналистика
уровень Бакалавриат
форма обучения очная
кафедра-разработчик Журналистика, реклама и связи с общественностью

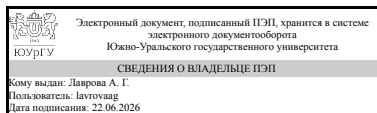
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 524

Зав.кафедрой разработчика,
д.филол.н., доц.



Л. П. Шестеркина

Разработчик программы,
к.культурологии, доцент



А. Г. Лаврова

1. Цели и задачи дисциплины

Цель – дать представление о теории и практике имиджмейкинга, его роли в обществе и профессиональной деятельности, теории имиджелогии. Задачи: - изучить базовые основы теории и практики имиджмейкинга, имиджелогии как науки, как профессии и отрасли бизнеса; - рассмотреть взаимоотношение имиджмейкинга и стратегических коммуникаций в информационно-коммуникативном процессе; - рассмотреть основные методы, приемы и принципы формирования персонального, корпоративного имиджа; - познакомить с технологией построения профессионального имиджа.

Краткое содержание дисциплины

Дисциплина изучает теоретические и практические основы имиджелогии, рассматривает социокультурную природу имиджа, его виды и функции; анализирует различные аспекты имиджа личности, организации, территории, товаров и услуг; определяет критерии и технологии создания позитивного имиджа. А также базовые основы имиджмейкинга, как профессии и отрасли бизнеса. Взаимоотношение имиджмейкинга в информационно-коммуникативном процессе. Основные методы, приемы и принципы формирования персонального, корпоративного имиджа. Технологии построения профессионального имиджа.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	Знает: теорию и практику имиджмейкинга, основные принципы построения профессионального образа и самопрезентации, этические и моральные принципы эффективных межличностных и массовых коммуникаций Умеет: формировать свой профессиональный образ на основе технологий имиджирования, выстраивать коммуникации на основе приемов аттракции, эмпатии, ассертивности и т.п. Имеет практический опыт: применения технологий имиджмейкинга, самопрезентации и применяет их в профессиональных межличностных и массовых коммуникациях

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Учебная практика (учебно-ознакомительная) (2 семестр)	1.Ф.17.М1.02 Основы бренд-проектирования и дизайн бренда, 1.О.09 Менеджмент, 1.Ф.17.М6.02 Основы личностного роста, 1.Ф.17.М6.03 Психология карьеры и профессионального роста, 1.Ф.17.М3.03 Практическая стилистика научной

	речи, 1.Ф.17.М5.02 Современная риторика: стратегии эффективной презентации, 1.Ф.17.М5.03 Современная риторика: стратегии эффективного диалога, 1.Ф.17.М4.02 Цифровые методы, анализ данных и визуализация (на базе SPSS), 1.Ф.17.М2.02 Самоменеджмент в профессиональной деятельности, 1.Ф.17.М3.02 Культура речевого общения на русском языке как иностранном, 1.О.07 Психология
--	--

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
Учебная практика (учебно-ознакомительная) (2 семестр)	Знает: основные принципы работы в творческом коллективе, основные нормы литературного языка, сущность принципов орфографии и пунктуации; основные стандарты, принятые в разных СМИ, принципы редактирования журналистского произведения, закономерности профессионально-творческого и культурно-нравственного развития Умеет: выстраивать взаимоотношения с коллегами и руководителями в редакции, уважительно относиться к чужой точке зрения, толерантно воспринимать конструктивную критику и замечания, использовать правила орфографии и пунктуации, определять условия орфограмм и пунктограмм; создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами литературного языка; оценивать коммуникацию с точки зрения соответствия формы, оформления и содержания, эффективности; осуществлять анализ и редактирование журналистских произведений; анализировать культурную, профессиональную и личностную информацию и использовать ее для самоактуализации, обновления профессиональных знаний, повышения своей квалификации и воспитания личностных качеств Имеет практический опыт: межличностного, профессионального, официально-делового общения, использования справочной литературы, орфографических, толковых, орфоэпических словарей в процессе работы над журналистским материалом; профессионального владения устной и письменной речью в условиях делового общения и при подготовке собственных журналистских материалов; редактирования медиатекстов, саморефлексии, использования и

	обновления социально-культурных, психологических, профессиональных знаний.
--	--

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 ч., 36,25 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		3
Общая трудоёмкость дисциплины	72	72
<i>Аудиторные занятия:</i>	32	32
Лекции (Л)	16	16
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	16	16
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	35,75	35,75
Анализ персонального имиджа медийной персоны (на выбор)	10	10
Итоговая семестровая работа "Я-образ"	15,75	15.75
реферат	10	10
Консультации и промежуточная аттестация	4,25	4,25
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	зачет

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Имидж как социокультурный феномен	8	4	4	0
2	Персональный имиджмейкинг.	6	4	2	0
3	Имидж-технологии.	6	2	4	0
4	Корпоративный имидж как объект управления.	4	2	2	0
5	Имидж территории как объект управления.	8	4	4	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Введение в имиджологию. Становление имиджологии как науки. Предпосылки возникновения имиджа.	2
2	1	Основные и смежные понятия в имиджологии. Классификация и функции имиджа.	2
3	2	Я-концепция К. Роджерса в системе персонального имиджа. Психологический феномен имиджа.	2
4	2	Габитарный и поведенческий имидж, гендерные отличия имиджа.	2

5	3	Технологии создания индивидуального имиджа.	2
6	4	Структура корпоративного имиджа. Роль бренда в формировании корпоративного имиджа.	2
7	5	Политический и культурный имидж государства. Технологии геобрендинга.	2
8	5	Основные слагаемые имиджа территории. Жизненный цикл территории.	2

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Эссе на любую из предложенных тем: - Профессиональный журналиста в современной действительности - Эволюция образа журналиста от средневековья до наших дней - Образ журналиста в кинематографе и литературе	2
2	1	1. Афоризмы, цитаты из трудов классиков, народные поговорки и пословицы об имидже (пояснить связь с имиджелогией) 2. Прокомментировать смысл афоризма "Не создавайте для своей светлости фон из темных личностей" 3. "Культурный имидж", "субкультурный имидж", "антикультурный имидж" - их отличия друг от друга, привести конкретные примеры и представить носителей такого рода имиджей (презентация)	2
3	2	1. Дать ответ на вопросы: - Какие качества нужны для эффективной профессиональной деятельности? - Какие есть и уже действуют? - Какие есть, но они не проявляются? - Каких нет, но они необходимы и их нужно выработать? 2. Приведите конкретные примеры (презентация) 1. проявления внешней и внутренней телесности 2. техник тела (М. Мосс), обладающих этнонациональной спецификой.	2
4	3	I. Тесты: 1. я-бренд 2. габитарный имидж 3. коммуникативные навыки 4. определение степени стремления к успеху II. Self-branding и самомаркетинг в профессиональной и личной сфере (доклад-презентация).	2
5	3	Самопрезентация: (разработать мудборд о себе), портфолио (разработать лендинг-резюме о себе). (доклад-презентация).	2
6	4	Имидж корпорации в эпоху концепции "Новой этики". Привести примеры корпоративных имиджей (на основе моделей А.Н. Чумикова и Б. Джи) и продемонстрировать как данные компании следят за соблюдением законов "Новой этики" поведения бренда на рынке. (презентация)	2
7	5	Имидж территории. Решения кейса по формированию имиджа представителя региона страны.	2
8	5	Брендинг городов и городская идентичность. Из чего складывается брендинг территорий. Привести конкретные примеры стратегий формирования имиджа региона, города, его бренда. на основе отечественного и зарубежного опыта (презентация).	2

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол-во часов

Анализ персонального имиджа медийной персоны (на выбор)	Панасюк, А. Ю. Я - Ваш имиджмейкер и готов помочь сформировать Ваш профессиональный имидж А. Ю. Панасюк; Акад. нар. хоз-ва при Правительстве Рос. Федерации. - 2-е изд., испр. - М.: Дело, 2004. - 238, [1] с.	3	10
Итоговая семестровая работа "Я-образ"	Череднякова, А. Б. Имиджелогия. Теория и практика [Текст]: учеб. пособие по направлению "Реклама и связи с общественностью" / А. Б. Череднякова ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Маркетинг. коммуникации ; ЮУрГУ Выходные данные Челябинск : Издательский Центр ЮУрГУ , 2016 URL http://www.lib.susu.ac.ru/ftd?base=SUSU_METHOD&key=000552431 Объем 149, [1] с. : ил. + электрон. версия	3	15,75
реферат	Алехина, И. Имидж и этикет в бизнесе И. Алехина. - 2-е изд., испр. - М.: Дело, 2005. - 111, [1] с.	3	10

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учитывается в ПА
1	3	Текущий контроль	Задание 1. Эссе на любую из предложенных тем: - Профессиональный образ рекламиста и PR-менеджера в современной действительности - Эволюция образа рекламиста, PR-менеджера от средневековья до наших дней - Образ рекламиста и PR-менеджера в кинематографе и литературе Задание 2. 1. Афоризмы, цитаты из трудов классиков, народные поговорки и пословицы об имидже (пояснить связь с имиджелогией) 2. Прокомментировать	1	12	12 баллов – задания выполнены полностью; 9 баллов – задания выполнены с достаточной степенью полноты; 6 - баллов – задания выполнены удовлетворительно, имеются определенные недостатки по полноте и содержанию ответов; 3 баллов – задания не закончены, раскрыты неудовлетворительно с точки зрения полноты и глубины изложения материала; 0 баллов – задания не выполнены. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179)	зачет

			смысл афоризма "Не создавайте для своей светлости фон из темных личностей" 3. "Культурный имидж", "субкультурный имидж", "антикультурный имидж" - их отличия друг от друга, привести конкретные примеры и представить носителей такого рода имиджей (презентация).				
2	3	Текущий контроль	Я-концепция. Дать ответ на вопросы: - Какие качества нужны для эффективной профессиональной деятельности? - Какие есть и уже действуют? - Какие есть, но они не проявляются? - Каких нет, но они необходимы и их нужно выработать? 2. Приведите конкретные примеры (презентация) 1. проявления внешней и внутренней телесности 2. техник тела (М. Мосс), обладающих этно-национальной спецификой.	1	12	12 баллов – задания выполнены полностью; 9 баллов – задания выполнены с достаточной степенью полноты; 6 - баллов – задания выполнены удовлетворительно, имеются определенные недостатки по полноте и содержанию ответов; 3 баллов – задания не закончены, раскрыты неудовлетворительно с точки зрения полноты и глубины изложения материала; 0 баллов – задания не выполнены. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179)	зачет
3	3	Текущий контроль	Самопрезентация и тестирование: 1.я-бренд 2.Габитарный имидж 3.Коммуникативные навыки 4. Стремление личности к успеху II. Self-branding и самомаркетинг в профессиональной и личной сфере (доклад-презентация). 2. Самопрезентация: (разработать мудборд о себе), портфолио (разработать лендинг-резюме о себе), (доклад-презентация).	1	12	12 баллов – задания выполнены полностью; 9 баллов – задания выполнены с достаточной степенью полноты; 6 - баллов – задания выполнены удовлетворительно, имеются определенные недостатки по полноте и содержанию ответов; 3 баллов – задания не закончены, раскрыты неудовлетворительно с точки зрения полноты и глубины изложения материала; 0 баллов – задания не выполнены. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179)	зачет

4	3	Текущий контроль	Имидж корпорации в эпоху концепции "Новой этики". Привести примеры корпоративных имиджей (на основе моделей А.Н. Чумикова и Б. Джи) и продемонстрировать как данные компании следят за соблюдением законов "Новой этики" поведения бренда на рынке. (презентация)	1	12	12 баллов – задания выполнены полностью; 9 баллов – задания выполнены с достаточной степенью полноты; 6 - баллов – задания выполнены удовлетворительно, имеются определенные недостатки по полноте и содержанию ответов; 3 баллов – задания не закончены, раскрыты неудовлетворительно с точки зрения полноты и глубины изложения материала; 0 баллов – задания не выполнены. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179)	зачет
5	3	Текущий контроль	1. Имидж территории. Решения кейса по формированию имиджа представителя региона страны. 2. Привести конкретные примеры стратегий формирования имиджа региона, города, его бренда на основе отечественного и зарубежного опыта (презентация).	1	12	12 баллов – задания выполнены полностью; 9 баллов – задания выполнены с достаточной степенью полноты; 6 - баллов – задания выполнены удовлетворительно, имеются определенные недостатки по полноте и содержанию ответов; 3 баллов – задания не закончены, раскрыты неудовлетворительно с точки зрения полноты и глубины изложения материала; 0 баллов – задания не выполнены. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179)	зачет
6	3	Промежуточная аттестация	Семестровая работа "Я-образ"	-	40	При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) Аттестационное мероприятие (зачет) выставляется по накоплению результатов работы в семестре за все виды работ. В том случае, если студент не набрал необходимое количество баллов для получения оценки "Зачтено" - он пишет и защищает семестровую работу. 40 баллов – семестровая выполнена полностью, с грамотной защитой и презентацией; 30 баллов – семестровая выполнена с достаточной степенью полноты с	зачет

						защитой и презентацией ; 20 баллов – семестровая выполнена удовлетворительно, имеются определенные недостатки по полноте и содержанию ответов; 5 баллов – семестровая не закончена, раскрыты неудовлетворительно с точки зрения полноты и глубины изложения материала; 0 баллов – семестровая не выполнена.	
--	--	--	--	--	--	---	--

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
зачет	При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) Аттестационное мероприятие (зачет) выставляется по накоплению результатов работы в семестре за все виды работ. Мероприятие промежуточной аттестации проводится в случае, если обучающийся имеет рейтинг по дисциплине с учетом текущего контроля менее 60 процентов, или желает повысить рейтинг. Зачет проводится в форме защиты семестровой работы: доклад на 7-10 минут, презентация, распечатанная и подшитая пояснительная записка к семестровой работе.	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ					
		1	2	3	4	5	6
УК-6	Знает: теорию и практику имиджмейкинга, основные принципы построения профессионального образа и самопрезентации, этические и моральные принципы эффективных межличностных и массовых коммуникаций	+	+	+	+	+	+
УК-6	Умеет: формировать свой профессиональный образ на основе технологий имиджирования, выстраивать коммуникации на основе приемов аттракции, эмпатии, ассертивности и т.п.	+	+	+	+	+	+
УК-6	Имеет практический опыт: применения технологий имиджмейкинга, самопрезентации и применяет их в профессиональных межличностных и массовых коммуникациях	+	+	+	+	+	+

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Алехина, И. Имидж и этикет в бизнесе И. Алехина. - 2-е изд., испр. - М.: Дело, 2005. - 111, [1] с.

2. Панасюк, А. Ю. Я - Ваш имиджмейкер и готов помочь сформировать Ваш профессиональный имидж А. Ю. Панасюк; Акад. нар. хоз-ва при Правительстве Рос. Федерации. - 2-е изд., испр. - М.: Дело, 2004. - 238, [1] с.

б) дополнительная литература:

1. Панасюк, А. Ю. Как убеждать в своей правоте: Современные психотехнологии убеждающего воздействия А. Ю. Панасюк; Акад. нар. хоз-ва при Правительстве Рос. Федерации. - М.: Дело, 2002. - 309, [1] с. ил.

2. Панасюк, А. Ю. Я - Ваш имиджмейкер и готов помочь сформировать Ваш профессиональный имидж А. Ю. Панасюк; Акад. нар. хоз-ва при Правительстве Рос. Федерации. - 2-е изд., испр. - М.: Дело, 2004. - 238, [1] с.

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:
Не предусмотрены

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Автор Череднякова, А. Б. Имиджология. Теория и практика [Текст]: учеб. пособие по направлению "Реклама и связи с общественностью" / А. Б. Череднякова ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Маркетинг. коммуникации ; ЮУрГУ Выходные данные Челябинск : Издательский Центр ЮУрГУ , 2016 URL http://www.lib.susu.ac.ru/ftd?base=SUSU_METHOD&key=000552431 Объем 149, [1] с. : ил. + электрон. версия

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Автор Череднякова, А. Б. Имиджология. Теория и практика [Текст]: учеб. пособие по направлению "Реклама и связи с общественностью" / А. Б. Череднякова ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Маркетинг. коммуникации ; ЮУрГУ Выходные данные Челябинск : Издательский Центр ЮУрГУ , 2016 URL http://www.lib.susu.ac.ru/ftd?base=SUSU_METHOD&key=000552431 Объем 149, [1] с. : ил. + электрон. версия

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Семенова, Л. М. Имиджмейкинг : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 142 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21466-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/572252 (дата обращения: 03.07.2025).
2	Дополнительная литература	Образовательная платформа Юрайт	Дзялошинский, И. М. Профессиональная этика журналиста : учебник и практикум для вузов / И. М. Дзялошинский. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 445 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19988-8. — Текст : электронный //

		Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/561220 (дата обращения: 03.07.2025).
--	--	--

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Office(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. -База данных polpred (обзор СМИ)(бессрочно)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Практические занятия и семинары	410 (1)	Лабораторный комплекс активных методов обучения им. Б.Н. Христенко Лаборатория «Финансовые технологии в бизнесе» Материально-техническое обеспечение: 1. Моноблок (компьютер) с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 12 шт. 2. Клавиатура – 12 шт. 3. Мышь – 12 шт. Имущество: оснащение основным оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) Демонстрационное оборудование: 1. Экран – 1 шт. 2. Проектор – 1 шт. 3. Телевизор – 3 шт.
Самостоятельная работа студента	410 (1)	Лабораторный комплекс активных методов обучения им. Б.Н. Христенко Лаборатория «Финансовые технологии в бизнесе» Материально-техническое обеспечение: 1. Моноблок (компьютер) с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 12 шт. 2. Клавиатура – 12 шт. 3. Мышь – 12 шт. Имущество: оснащение основным оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) Демонстрационное оборудование: 1. Экран – 1 шт. 2. Проектор – 1 шт. 3. Телевизор – 3 шт.
Лекции	454 (1)	1. Компьютер с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 1 шт. 2. Мышь – 1 шт. 3. Клавиатура – 1 шт. 4. Монитор – 2 шт. Имущество: 1. Парты ученические – 44 шт. 2. Стол преподавателя – 1 шт. 3. Стул – 86 шт. 4. Тумбочка – 1 шт. 5. Доска – 1 шт. Демонстрационное оборудование: 1. Мультимедийный информационный комплекс – 1 шт. 2. Проектор – 1 шт. 3. Экран – 1 шт. 4. Колонки – 2 шт.