

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Северо-Осетинский государственный университет имени Коста Левановича Хетагурова»

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по УР  
А.М. Дигурова



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
«Имиджелогия»

Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация (степень) выпускника - бакалавр

Владикавказ 2020

Программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом по направлению *42.03.01 Реклама и связи с общественностью*, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г., № 512, учебным планом подготовки бакалавра по направлению *42.03.01 Реклама и связи с общественностью*, утвержденным ученым советом ФГБОУ ВО «СОГУ» (от 30.04.2020 г. № 9).

Составитель: к.п.н., доцент Цараева Л.А.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры медиакоммуникаций и мультимедийных технологий  
(протокол №10 от «22» мая 2020 г.)

Одобрена советом факультета журналистики  
(протокол №5 от «26» июня 2020 г.)

## 1. Структура и общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часа).

	Очная форма обучения
Курс	3
Семестр	6
Лекции	14
Практические занятия	28
Лабораторные занятия	-
Консультации	
Итого аудиторных занятий	42
Самостоятельная работа	48
Курсовая работа	-
Контрольные работы	18
Экзамен	+
Зачет	-
Общее количество часов	108

## 2. Цели освоения дисциплины

**Целью** освоения учебной дисциплины «Имиджология» является сформировать навыки применения основных механизмов и методов формирования имиджа, технологий самопрезентации для эффективного использования в процессе профессиональной деятельности.

**Задачи** дисциплины - формирование целостной системы знаний:

- освоение комплексного представления социальной роли имиджологии;
- освоение основных подходов к проблеме имиджа, функций, методов и принципов формирования имиджа в различных аспектах;
- конструирование разнообразных сфер социального общения, а также продемонстрировать;
- развитие у студентов потребности творчески совершенствовать себя в личностном аспекте.

## 3. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Б1.В.ДВ.10.01 Часть, формируемая участниками образовательных отношений

Дисциплина «Имиджология» относится к дисциплинам Блока 1 части, формируемой участниками образовательных отношений, Б1.В.ДВ.10.01 (Дисциплина по выбору) и имеет логическую и содержательно-методическую взаимосвязь с дисциплинами ОПОП. Для изучения данной дисциплины необходимы знания и умения, приобретенные в результате освоения дисциплины «Коммуникационный менеджмент», Теория и практика связей с общественностью в политической сфере», «Речевая коммуникация в связях с общественностью».

### Требования к профессиональной деятельности выпускника

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими трудовыми функциями, предусмотренными профессиональным стандартом:

06.009 – «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации».

Обобщенная трудовая функция: «Организация распространения продукции СМИ».

Наименование вида профессиональной деятельности: «Организация продвижения и распространения продукции средств массовой информации (СМИ), включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, сетевые издания».

## Трудовые функции:

1	Реализация продукции СМИ Реализация продукции СМИ	A/01.5	5
---	---	--------	---

Трудовые действия	Самостоятельный поиск событий, явлений, фактов как основы материала
	Согласование темы будущего материала с редакцией
	Получение задания и сбор информации по специализации, определяемой редакцией
	Изучение специфики и особенностей освещаемой темы
	Определение основной сюжетной линии будущего материала
	Составление графика работы для соблюдения сроков задания
Необходимые умения	Использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты
	Находить и анализировать необходимую информацию
	Вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)
	Составлять договоры поставки и иные договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую учетную и отчетную документацию
Необходимые знания	Основные нормы законодательства Российской Федерации, регламентирующего деятельность гражданское законодательство Российской Федерации
	Основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации
	Ассортимент реализуемой продукции СМИ
	Утвержденные цены (тарифы) и порядок ценообразования при организации поставок продукции СМИ
	Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регламентирующие профессиональную деятельность
	Правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности

## 4. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

Коды компетенций	Содержание компетенций
ПК-5	- способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

**Взаимосвязь планируемых результатов обучения по дисциплине с формируемыми компетенциями ОПОП**

Коды компетенций ОПОП	Планируемые результаты обучения, соответствующие формируемым компетенциям ОПОП		
	<i><b>знать</b></i>	<i><b>уметь</b></i>	<i><b>владеть</b></i>
ПК - 5	<ul style="list-style-type: none"> <li>- технологии осуществления функционала линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью.</li> <li>- принципы организации коммуникационной стратегии и условия формирования корпоративной идентичности и корпоративной культуры.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью.</li> <li>- осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</li> <li>- участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками осуществления функционала линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью.</li> <li>- навык осуществления тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии .</li> <li>- имеет опыт организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.</li> </ul>

При проведении учебных занятий обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

## 5. Содержание и учебно-методическая карта дисциплины

Таблица 5.1

№ неде ли	Наименование тем (вопросов), изучаемых по данной дисциплине	Занятия		Самостоятельная работа студентов		Формы контроля	Количество баллов		Литера тура
		лек.	пр.	Содержание	Часы		min	max	
1	Имиджелогия как сфера профессиональной деятельности. История развития имиджелогии.	2	2	Понятие имиджа в разных контекстах.	4	Вопросы к рубежной контрольной работе	0	5	[1],[2] [3],[4]
2	Современные коммуникационные технологии, используемые в создании имиджа.		2	Типы имиджей.	4	Вопросы к рубежной контрольной работе	0	5	[1],[2] [3],[4]
3	Имидж личности: ведущие типы и элементы. Психология восприятия прямой и косвенной имиджформирующей информации. Знаки имиджа: положительный и отрицательный. Виды имиджа: личностный и профессиональный.	2	2	Антропологическая основа имиджелогии. Философия имиджелогии.	4	Вопросы к рубежной контрольной работе	0	3	[1],[2] [3],[4]
4	<i>Технологии построения имиджа.</i> Позиционирование как основная стратегия построения имиджа. Мифы и символы в имиджелогии.		2	Теоретические аспекты самопрезентации.	4	Вопросы к рубежной контрольной работе	0	3	[1],[2] [3],[4]
5	Формирование мнения: сознательная и бессознательная компоненты. Виды информации и каналы ее распространения, существенные для построения имиджа.	2	2	Основные принципы и этапы формирования имиджа.	4	Вопросы к рубежной контрольной работе		3	[1],[2] [3],[4]
6,7, 8	Управленческая имиджелогия. Основные ошибки в построении делового имиджа.		4	Имидж и реклама.	4	Вопросы к рубежной контрольной работе	0	6	[1],[2] [3],[4]
	<b>1-я рубежная контрольная работа</b>						0	25	
	<b>Текущая работа студентов</b>						0	25	
10	Формирование имиджа организации. Формирование имиджа	2	2	Компоненты фирменного стиля.	4	Вопросы к рубежной	0	5	[1],[2] [3],[4]

	организации.					контрольной работе			
<b>11</b>	Имидж и паблисити.		2	Имидж в искусстве, культуре и шоу-бизнесе.	4	Вопросы к рубежной контрольной работе	0	<b>5</b>	[1],[2] [3],[4]
<b>12</b>	Формирование имиджа региона.	2	2	Имидж в рекламе и PR-деятельности.	4	Вопросы к рубежной контрольной работе	0	3	[1],[2] [3],[4]
<b>13</b>	Имидж в различных сферах деятельности. Специфика имиджа в государственном управлении, дипломатии, политике.		2	Роль средств массовой информации в создании эффективного имиджа. Роль средств массовой информации в создании эффективного имиджа.	4	Вопросы к рубежной контрольной работе	0	3	[1],[2] [3],[4]
<b>14</b>	Закономерности создания имиджэффекта.	2	2	Проблемы управления массовым сознанием и поведением в работе имиджмейкера.	4	Вопросы к рубежной контрольной работе	0	3	[1],[2] [3],[4]
<b>15, 16, 17</b>	Специфика работы имиджмейкера. Специфика работы имиджмейкера.	2	4	Профессиональная этика имиджмейкера и проблемы, связанные с ее нарушением.	4	Вопросы к рубежной контрольной работе	0	3	[1],[2] [3],[4]
	<b>2-рубежная контрольная работа</b>						<b>0</b>	<b>25</b>	
	<b>Текущая работа студентов</b>						<b>0</b>	<b>25</b>	
	<b>Итого:</b>	<b>14</b>	<b>28</b>		<b>48</b>				

**Примечания:**

1. Все виды учебной работы могут проводиться дистанционно на основании локальных нормативных актов.
2. В целях реализации индивидуального подхода к обучению студентов, осуществляющих учебный процесс по индивидуальной траектории в рамках индивидуального рабочего плана, изучение данной дисциплины может осуществляться через индивидуальные консультации преподавателя очно, в часы консультаций, по электронной почте, а также с использованием Webex, платформы дистанционного обучения Moodle, личный кабинет студента на сайте СОГУ, других элементов ЭИОС СОГУ.

## **6. Образовательные технологии**

Для достижения планируемых результатов освоения дисциплины, используются различные образовательные технологии:

- традиционные лекции и практические (семинарские) занятия с использованием современных интерактивных технологий;
- лекция-диалог – содержание подается через серию вопросов, на которые студент должен отвечать непосредственно в ходе лекции;
- реферат – студент готовит краткое сообщение по вопросу темы, оформляет работу в соответствии с требованиями и сдает ее преподавателю;
- онлайн-семинар – разновидность веб-конференции, проведение онлайн-встреч или презентаций через Интернет в режиме реального времени. Каждый из участников находится у своего компьютера (средства связи), а связь между ними поддерживается через Интернет посредством загружаемого приложения, установленного на компьютере каждого участника (Zoom, Meet, Skype, Webex и др.);
- видеоконференция – сеанс видеоконференцсвязи (ВКС) – это технология интерактивного взаимодействия двух и более участников образовательного процесса для обмена информацией в реальном режиме времени.

Технологии электронного обучения реализуются при помощи электронной образовательной среды СОГУ (при использовании ресурсов ЭБС), в ходе проведения автоматизированного тестирования и т.д.

## **7. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы**

Самостоятельная работа обучающихся является одним из видов учебных занятий. Самостоятельная работа проводится с целью:

- систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся студентов;
- углубления и расширения теоретических знаний;
- формирования умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
- формирования самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развития исследовательских умений.

Самостоятельная работа обучающихся осуществляется на протяжении изучения всей дисциплины в соответствии с утвержденной в учебном плане трудоемкостью и состоит из:

- поиска и анализа литературы и электронных источников информации по заданной теме;
- выполнения заданий для самостоятельной работы в ЭИОС СОГУ;
- изучения теоретического материала для подготовки к практическим занятиям;
- подготовки к зачету.

Темы и формы внеаудиторной самостоятельной работы, ее трудоёмкость содержатся в разделе 5, табл. 5.1.

### **Методические рекомендации по написанию рефератов**

Реферат — письменная работа по определенной научной проблеме, краткое изложение содержания научного труда или научной проблемы. Он является действенной формой самостоятельного исследования научных проблем на основе изучения текстов, специальной литературы, а также на основе личных наблюдений, исследований и практического опыта. Реферат помогает выработать навыки и приемы самостоятельного научного поиска, грамотного и логического изложения избранной проблемы и способствует приобщению студентов к научной деятельности.

Последовательность работы:



1. Выбор темы исследования. Тема реферата выбирается студентом на основе его научного интереса. Также помощь в выборе темы может оказать преподаватель.

2. Планирование исследования. Включает составление календарного плана научного исследования и плана предполагаемого реферата. Календарный план исследования включает следующие элементы: выбор и формулирование проблемы, разработка плана исследования и предварительного плана реферата; сбор и изучение исходного материала, поиск литературы; анализ собранного материала, теоретическая разработка проблемы; сообщение о предварительных результатах исследования; литературное оформление исследовательской проблемы; обсуждение работы (на семинаре и т. п.).

План реферата характеризует его содержание и структуру. Он должен включать в себя: введение, где обосновывается актуальность проблемы, ставятся цель и задачи исследования; основная часть, в которой раскрывается содержание проблемы; заключение, где обобщаются выводы по теме и даются практические рекомендации.

3. Поиск и изучение литературы. Для выявления необходимой литературы следует обратиться в библиотеку или к преподавателю. Подбранную литературу следует зафиксировать согласно ГОСТ по библиографическому описанию произведений печати.

Для разработки реферата достаточно изучение 4-5 важнейших статей по избранной проблеме. При изучении литературы необходимо выбирать материал, не только подтверждающий позицию автора реферата, но и материал для полемики.

4. Обработка материала. При обработке полученного материала автор должен: систематизировать его по разделам; выдвинуть и обосновать свои гипотезы; определить свою позицию, точку зрения по рассматриваемой проблеме; уточнить объем и содержание понятий, которыми приходится оперировать при разработке темы; сформулировать определения и основные выводы, характеризующие результаты исследования; окончательно уточнить структуру реферата.

5. Оформление реферата. При оформлении реферата рекомендуется придерживаться следующих правил: Следует писать лишь то, чем автор хочет выразить сущность проблемы, ее логику; Писать строго последовательно, логично, доказательно (по схеме: тезис – обоснование – вывод); Писать ярко, образно, живо, не только вскрывая истину, но и отражая свою позицию, пропагандируя полученные результаты; Писать осмысленно, соблюдая правила грамматики, не злоупотребляя наукообразными выражениями.

Реферат выполняется в соответствии с требованиями стандартов, разработанных для данного вида документов. Работа должна быть выполнена на белой бумаге стандартного листа А4. Текст должен быть отпечатан на компьютере в текстовом редакторе Microsoft Word и отвечать следующим требованиям: параметры полей страниц должны быть в пределах: верхнее и нижнее – по 20 мм, правое – 10 мм, левое – 30 мм, шрифт – Times New Roman, размер шрифта – 14, межстрочный интервал – полуторный. Лента принтера – только чёрного цвета. Нумерация страниц в реферате должна быть сквозной, начиная с третьей страницы. Номер проставляется арабскими цифрами вверху каждой страницы справа.

При изложении материала необходимо придерживаться принятого плана.

Библиографический список составляется на основе источников, которые были просмотрены и изучены студентом при написании реферата. Данный список отражает самостоятельную творческую работу студента, что позволяет судить о степени его подготовки и углублении в выбранную тематику. Вся использованная литература размещается в следующем порядке: законодательные акты, постановления, нормативные документы; вся учебная литература в алфавитном порядке, затем средства периодической печати в алфавитном порядке; источники из сети Интернет.

### ***Тематика рефератов***

1. Имиджелогия как теоретическая и практическая дисциплина.
2. Исторический аспект имиджелогии.
3. Назначение мероприятий имиджмейкинга.
4. Имидж – центральная категория имиджелогии. Различные подходы к его пониманию.
5. Объекты формирования имиджа.

6. Функции имиджа: различные подходы к определению сущности функций имиджа.
7. Типы имиджа: классификации, особенности каждого из типов имиджа.
8. Психологические приемы привлечения и удержания внимания аудитории при установлении имидж-контакта.
9. Формирование установки на доверие (недоверие) со стороны аудитории воздействия имиджа.
10. Использование психологических особенностей отдельных социальных групп при создании имиджа.
11. Использование общих особенностей восприятия аудитории при создании имиджа.
12. Использование специфических навыков коммуникации при создании и трансляции имиджа.
13. Стереотип – обобщенное представление об окружающей действительности.
14. Роль положительных и отрицательных стереотипов в жизни социума.
15. Стереотип и потребность.
16. Имидж и стереотип: общее и различное.
17. Специфика конструирования имиджа с учетом существующих в данном обществе стереотипов.
18. Позиционирование объекта в процессе формирования имиджа.
19. Манипуляция как способ коммуникативного воздействия имиджа.
20. Мифологизация и эмоционализация объекта.
21. Акцентуация информации в имидже.

### **Методические рекомендации по созданию мультимедийной презентации**

Структура и содержание презентации – это личное творчество автора. Полезно использовать шаблоны оформления для подготовки компьютерной презентации.

Слайды желательно не перегружать текстом, лучше разместить короткие тезисы. На слайдах необходимо демонстрировать небольшие фрагменты текста доступные для чтения на расстоянии; 2-3 фотографии или рисунка. Наиболее важный материал лучше выделить.

Таблицы с цифровыми данными плохо воспринимаются со слайдов, в этом случае цифровой материал, по возможности, лучше представить в виде графиков и диаграмм.

Не следует излишне увлекаться мультимедийными эффектами анимации. Особенно нежелательны такие эффекты как вылет, вращение, волна, побуквенное появление текста и т.д. Оптимальная настройка эффектов анимации – появление, в первую очередь, заголовка слайда, а затем — текста по абзацам. При этом если несколько слайдов имеют одинаковое название, то заголовок слайда должен постоянно оставаться на экране.

Чтобы обеспечить хорошую читаемость презентации необходимо подобрать темный цвет фона и светлый цвет шрифта. Нельзя также выбирать фон, который содержит активный рисунок.

Желательно подготовить к каждому слайду заметки по докладу. Затем распечатать их и использовать при подготовке или на самой презентации. Можно распечатать некоторые ключевые слайды в качестве раздаточного материала.

Необходимо обязательно соблюдать единый стиль оформления презентации и обратить внимание на стилистическую грамотность.

Следует пронумеровать слайды. Это позволит быстро обращаться к конкретному слайду в случае необходимости.

Рекомендации по содержанию и структуре слайдов мультимедийной презентации:

1-й слайд (титульный), на фоне которого студент представляет тему проекта, ФИО и научного руководителя.

2-й слайд. Включает в себя объект, предмет и гипотезу исследования.

3-й слайд. Содержит цель и задачи исследования. Цель проекта должна быть написана на экране крупным шрифтом. Здесь же, если позволяет место, можно написать и задачи. Задачи могут быть представлены и на следующем слайде.

4-й - слайд. Содержит структуру работы, которую можно предоставить, например, в виде графических блоков со стрелками. А также – перечисление применяемых методов и методик.

5-й - слайд. Представляется содержание и теоретическая значимость проекта. Суть решаемой проблемы может быть представлена в виде схем, таблиц, диаграмм, графиков, фотографий, фрагментов фильмов и т.п. На теоретическую часть представления проекта должно быть создано несколько слайдов.

6-й - слайд. Возможности применения результатов работы на практике. На эту тему также должно быть несколько слайдов.

7-й слайд. Главные выводы, итоги, результаты проекта целесообразно поместить на отдельном слайде. При этом не следует перечислять то, что было сделано, а лаконично изложить суть значимости проекта или полученных результатов исследования.

Последний слайд. В конец презентации желательно поместить слайд с текстом «Спасибо за внимание!».

### **Тематика для мультимедийных презентаций**

1. Имидж как фактор коммерческого успеха предприятия.
2. Специфика имиджа как атрибута предприятия.
3. Структура корпоративного имиджа предприятия.
4. Этапы формирования корпоративного имиджа предприятия.
5. Имиджелогия: сущность и специфика.
6. Антропологическая основа имиджелогии.
7. Философия имиджелогии.
8. Имидж как новое научное направление.
9. Теоретические аспекты самопрезентации.

### **Методические указания по проведению практических занятий по дисциплине «Имиджелогия»**

Дисциплина «Имиджелогия» читается в течение 1 семестра по два часа в неделю.

Семинарские/практические занятия призваны научить студента самостоятельно работать с учебными текстами, анализировать материал. В начале занятия рекомендуется рассмотреть соответствующий теоретический материал. Затем идет практический разбор изучаемого материала, разбирается каждый конкретный пример.

В начале практического занятия следует обратить внимание на теоретические вопросы по теме занятия. Первоначально идет опрос теоретического материала темы занятия. Затем в ряде вопросов преподавателя следует сконцентрировать внимание на основных идеях темы занятия. Вопросы должны включать в себя различные вариации элементарных ситуаций, отображающих основные идеи темы занятия в их взаимной взаимосвязи. Задаваемые вопросы должны быть короткими и максимально проявлять в студентах их сообразительность.

Устный опрос является одним из основных способов учета знаний студентов.

Различают фронтальный, индивидуальный и комбинированный опрос.

**Фронтальный опрос** проводится в форме беседы преподавателя с группой. Он органически сочетается с повторением пройденного, являясь средством для закрепления знаний и умений. Его достоинство в том, что на активную умственную работу можно вовлечь всех студентов группы. Для этого вопросы должны допускать краткую форму ответа, быть лаконичными, логически взаимосвязанными друг с другом, даны в такой последовательности, чтобы ответы студентов в совокупности могли раскрыть содержание раздела, темы. С помощью фронтального опроса преподаватель имеет возможность проверить выполнение студентами домашнего задания, выяснить готовность группы к изучению нового материала, определить сформированность основных понятий, усвоение нового учебного материала, который был только что разобран на занятии.

**Индивидуальный опрос** предполагает обстоятельные, связные ответы студентов на вопрос, относящийся к изучаемому учебному материалу, поэтому он служит важным

учебным средством развития речи, памяти, мышления студентов. Чтобы сделать такую проверку более глубокой, необходимо ставить перед студентами вопросы, требующие развернутого ответа.

Вопросы для индивидуального опроса должны быть четкими, ясными, конкретными, емкими, иметь прикладной характер, охватывать основной, ранее пройденный материал программы. Их содержание должно стимулировать студентов логически мыслить, сравнивать, анализировать, доказывать, подбирать убедительные примеры, устанавливать причинно-следственные связи, делать обоснованные выводы и этим способствовать объективному выявлению знаний студентов.

Вопросы обычно задают всей группе и после небольшой паузы, необходимой для того, чтобы студенты поняли его и приготовились к ответу, вызывают для ответа конкретного студента.

**Письменная проверка** наряду с устной является важнейшим методом контроля знаний, умений и навыков студентов. Однородность работ, выполняемых студентами, позволяет предъявлять ко всем одинаковые требования, попытаться объективности оценки результатов обучения. Применение этого метода дает возможность в наиболее короткий срок одновременно проверить усвоение учебного материала всеми студентами группы, определить направления для индивидуальной работы с каждым.

Письменная проверка используется во всех видах контроля и осуществляется как в аудиторной, так и во внеаудиторной работе (выполнение домашних заданий).

### **Методические рекомендации по использованию информационно-коммуникативных технологий обучения**

Каждое семинарское занятие имеет свою особую форму проведения, свою методологическую специфику, что позволяет развивать у студентов различные как общекультурные, так и профессиональные компетенции. Постановка проблемы, разбор актуальных конкретных и гипотетических ситуаций, создание атмосферы диалога между преподавателем и группой позволяет работать индивидуально и в малых группах, коллективно обсуждать определенный тематический материал, а также инициировать самостоятельную работу студентов. При осмыслении содержания вопросов практических занятий преследуется цель соблюдать преемственность в профессиональном и в творческом развитии студентов.

Контроль самостоятельной работы студентов призван сделать процесс обучения более целостным и органичным. Его задача не оставить без внимания даже, на первый взгляд, малозначительные вопросы.

Компьютерное тестирование позволяет осуществлять итоговый контроль знаний студентов. Тестовый материал включает в себя содержание вопросов по каждому из обозначенных программой разделов.

Каждый вопрос предполагает несколько вариантов ответов, среди которых имеются абсолютно неверный, правильный и в большей или меньшей степени раскрывающий сущность вопроса. В процессе компьютерного тестирования задача студентов определяется как выбор правильного ответа из многообразия вариантов. В тестовых заданиях есть вопросы на соответствие. В процессе компьютерного тестирования, задача студента определяется как выбор правильного ответа из многообразия вариантов.

Вопросы и темы, отводимые на выполнение самостоятельной работы по дисциплине, а также критерии оценивания по каждому виду работы содержатся в разделе 8 РПД.

### **8. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, рубежной аттестации и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины**

Рабочая программа предусматривает проведение практических занятий, а также следующие виды работ: самостоятельную работу студентов по подготовке устных докладов,

написанию рефератов, подготовку презентаций и обсуждений по темам дисциплины - работу в активной и интерактивной формах.

#### **Виды контроля.**

Рабочая программа предполагает текущий и промежуточный контроль знаний.

**Текущий контроль** – это непрерывно осуществляемый мониторинг уровня усвоения знаний и формирования умений и навыков в течение семестра или учебного года. Текущий контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в ходе учебных (аудиторных) занятий, проводимых по расписанию. Формами текущего контроля выступают опросы на семинарских и практических занятиях, а также короткие (до 15 мин.) задания, выполняемые студентами в начале лекции с целью проверки наличия знаний, необходимых для усвоения нового материала или в конце лекции для выяснения степени усвоения изложенного материала.

Рубежный контроль осуществляется по более или менее самостоятельным разделам – учебным модулям курса и проводится по окончании изучения материала модуля в заранее установленное время. Рубежный контроль проводится с целью определения качества усвоения материала учебного модуля в целом. В течение семестра проводится два таких контрольных мероприятия по графику.

#### **Балльная структура оценки**

Форма контроля	Макс. кол-во баллов
<b><i>Текущая оценка студента в течение 1-8 недели, в том числе:</i></b>	<b>25</b>
- устный ответ	5
- выполнение заданий на практических занятиях	2
- самостоятельная работа	10
- реферат	5
- презентация	3
<b><i>1-я рубежная письменная контрольная работа</i></b>	<b>25</b>
<b><i>Текущая оценка студента в течение 10-17 недели, в том числе:</i></b>	<b>25</b>
- устный ответ	5
- выполнения заданий на практических занятиях	2
- самостоятельных работ	10
- реферат	5
- презентация	3
<b><i>2-я рубежная письменная контрольная работа</i></b>	<b>25</b>
<b>Итого</b>	<b>100</b>

#### **Методика формирования результирующей оценки**

В ходе текущего контроля студенты могут набрать 0-100 баллов:

*1-я рубежная аттестация - максимально 50 баллов; из них:*

- от 0 до 25 баллов (рубежная аттестация) – тестирование в центре тестирования СОГУ;
- от 0 до 25 баллов (текущая оценка) – активная работа за данный период на семинарских (практических) занятиях;

*2-я рубежная аттестация – максимально 50 баллов; из них:*

- от 0 до 25 баллов (рубежная аттестация) – тестирование в центре тестирования СОГУ;
- от 0 до 25 баллов (текущая оценка) – активная работа за данный период на семинарских (практических) занятиях.

*Промежуточный контроль:*

Учебным планом по данной дисциплине предусмотрен экзамен. За устный ответ на зачете студент получает 0-50 баллов. Студенты, получившие в ходе текущего и рубежного контроля 56-100 баллов автоматически получают «экзамен».

Результирующая оценка складывается по соответствующей БРС формуле:

$$(T_1 + T_2) + (P_1 + P_2 + \Xi):2$$

где  $T_1 + T_2$  - количество баллов за текущую работу студентов в семестре

$P_1 + P_2$  - количество баллов за 2 компьютерных тестирований студентов в семестре

$\Xi$  - количество баллов, набранных на экзамене

### Шкала итоговой академической успеваемости студентов по дисциплине

Система оценок СОГУ		
Сумма баллов	Название	Числовой эквивалент
86 - 100	отлично	5
71-85	хорошо	4
56-70	удовлетворительно	3

В том случае, когда набранные в семестре баллы не позволяют студенту получить удовлетворительной оценки, он имеет право сдавать экзамен в сессию по ведомости № 2 без учета текущих баллов и получить максимально 70 баллов.

## 8.1. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости

### Темы и критерии оценивания самостоятельной работы

#### Оценочный лист защиты рефератов

Наименование показателя	Выявленные недостатки и замечания	Баллы
<b>1. Качество исследовательской работы (реферата, экономического обзора)</b>		
1. Грамотность изложения и качество оформления работы		0,5
2. Самостоятельность выполнения работы, глубина проработки материала, использование рекомендованной и справочной литературы		0,5
3. Обоснованность и доказательность выводов		1
Общая оценка за выполнение ИР		2
<b>II. Качество доклада</b>		
1. Соответствие содержания доклада содержанию работы		0,5
2. Выделение основной мысли работы		0,5
3. Качество изложения материала		0,5
Общая оценка за доклад		1,5
<b>III. Ответы на дополнительные вопросы по содержанию работы</b>		
Вопрос 1		0,5
Вопрос 2		0,5
Вопрос 3		0,5
Общая оценка за ответы на вопросы		1,5
<b>Итоговая оценка за защиту</b>		<b>5</b>

### Критерии оценивания студента за подготовку презентации

Критерии/баллы	4	3	2	1
Содержание презентации	Четко сформулирована цель и раскрыта тема исследования. В краткой форме дана полная информация по теме исследования и дан ответ на проблемный вопрос. Даны ссылки на используемые ресурсы.	Сформулирована цель и тема исследования. Частично изложена информация по теме исследования и дан ответ на проблемный вопрос. Даны ссылки на используемые ресурсы.	Сформулирована цель и тема исследования. Содержание полностью не раскрыто. Информация по теме исследования неточна. Проблема до конца не решена. Не даны ссылки на используемые ресурсы.	Не сформулирована цель и тема исследования. Проблема не решена.
Дизайн презентации	Соблюдается единый стиль оформления. Презентация красочная и интересная. Используются эффекты анимации, фон, фотографии. В презентации присутствуют авторские находки.	Соблюдается единый стиль оформления. Слайды просты в понимании. Используются некоторые эффекты и фон.	Не соблюдается единый стиль оформления. Слайды просты в понимании. Эффекты и фон не используются.	Не соблюдается стиль оформления. Слайды просты в понимании.
Представление презентации	Автор хорошо владеет материалом по теме исследования. Использует научную терминологию. Обладает навыками ораторского искусства. Полно и точно цитируется использованная литература	Автор владеет материалом по теме исследования, но не смог заинтересовать аудиторию. Недостаточно цитируется литература.	Автор не показал компетентности в представлении презентации. Использованные факты не вызывают доверия. Недостаточно цитируется литература.	Представлены искаженные данные

### Критерии оценки устного и/или письменного ответа на практическом занятии

Оценка	Критерий
5	Содержание ответа соответствует освещаемому вопросу, полностью раскрыта в ответе тема, ответ структурирован, даны правильные аргументированные ответы на уточняющие вопросы, демонстрируется высокий уровень участия в дискуссии.
4	Содержание ответа соответствует освещаемому вопросу, полностью раскрыта в ответе тема, даны правильные, аргументированные ответы на уточняющие вопросы, но имеются неточности, при этом ответ неструктурирован и демонстрируется средний уровень участия в дискуссии.
3	Содержание ответа соответствует освещаемому вопросу, но при полном раскрытии темы имеются неточности, даны правильные, но не

	аргументированные ответы на уточняющие вопросы, демонстрируется низкий уровень участия в дискуссии, ответ неструктурирован, информация трудна для восприятия.
2	Содержание ответа соответствует освещаемому вопросу, но при полном раскрытии темы имеются неточности, демонстрируется слабое владение категориальным аппаратом, даны правильные, но не аргументированные ответы на уточняющие вопросы, участие в дискуссии отсутствует, ответ неструктурирован, информация трудна для восприятия.

## 8.2. Оценочные средства для проведения рубежной аттестации

### *Критерии оценивания результатов рубежного тестирования*

Всего в тесте 25 вопросов. За каждый правильный ответ ставится 1 балл.

Рубежная аттестация проводится в виде контрольной работы в форме тестирования.

### *Примеры тестовых заданий для проведения рубежной аттестации*

Из каких внешних атрибутов складывается имидж организации

1. Логотип
2. Слоган
3. Рекламный образ
4. Реклама

Что в имиджелогии называют понятием «инвертированный имидж»?

1. Любой положительный образ.
2. Отрицательный имидж конкурента.
3. Имидж товара.
4. Желаемый имидж.

В соответствии с функциональным подходом к типологии имиджей, имидж, свойственный нашему представлению о себе называется:

1. Текущий имидж.
2. Зеркальный имидж.
3. Желаемый имидж.
4. Множественный имидж.

Как в имиджелогии называют процесс построения имиджа посредством одежды?

1. Имиджкловизинг.
2. Имиджмейкинг.
3. Политический консалтинг.
4. Верный ответ отсутствует.

Инструментарий имиджелогии включает в себя следующие технологии?

1. Позиционирование.
2. Манипулирование.
3. Баллотирование.
4. Все ответы верны

Как в имиджелогии называют совокупность словесных сообщений, передаваемых целевой аудитории?

1. Детализация.
2. Вербализация.
3. Мифологизация.
4. Архаизация.



Пропаганда как метод воздействия на целевую аудиторию является разновидностью следующей технологии:

1. Позиционирования.
2. Манипулирования.
3. Вербализации.
4. Детализации.

Каким понятием в имиджелогии обозначают специально подобранную совокупность единиц одежды и обуви, определяющую поведение человека?

1. «Образ».
2. «Костюм».
3. «Имидж».
4. Верный ответ отсутствует.

В какой области имиджмейкинга необходимо создавать уникальный, неповторимый стиль в манере одеваться, произносить слова, макияже, причёске и т.д.?

1. Бизнес.
2. Шоу-бизнес.
3. Политика.
4. Все ответы верны.

### 8.3. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

#### *Критерии оценивания ответа студента на экзамене*

Характеристика ответа	Баллы
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Знание об объекте демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ формулируется в терминах науки, изложен литературным языком, логичен, доказателен, демонстрирует авторскую позицию студента.	46-50
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание об объекте демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком в терминах науки. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.	41-45
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен в терминах науки. Однако допущены незначительные ошибки или недочеты, исправленные студентом с помощью «наводящих» вопросов преподавателя.	36-40

Дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос, но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Могут быть допущены 1–2 ошибки в определении основных понятий, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.	31-35
Дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Студент может конкретизировать обобщенные знания, доказав на примерах их основные положения только с помощью преподавателя. Речевое оформление требует поправок, коррекции.	26-30
Дан неполный ответ, логика и последовательность изложения имеют существенные нарушения. Допущены грубые ошибки при определении сущности раскрываемых понятий, теорий, явлений, вследствие непонимания студентом их существенных и несущественных признаков и связей. В ответе отсутствуют выводы. Умение раскрыть конкретные проявления обобщенных знаний не показано. Речевое оформление требует поправок, коррекции.	21-25
Дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.	1-20
Не получены ответы по базовым вопросам дисциплины.	0

### ***Вопросы для подготовки к экзамену по дисциплине***

1. Имидж в структуре мира.
2. Общая модель имиджевой коммуникации.
3. Типы и управление имиджем.
4. Суть политической коммуникации.
5. Переход от имиджа к мифу, процессы столкновения мифов.
6. Имидж в избирательных кампаниях.
7. Роль в имиджологии массовой психологии.
8. Имиджи политиков.
9. Позиционирование как инструмент имиджевой коммуникации.
10. Имиджи бизнеса.
11. Манипулирование как способ коммуникативного воздействия.
12. Имиджи политических партий.
13. Мифологизация как инструмент имиджевой коммуникации.
14. Особенности имиджа женщины-политика.
15. Эмоционализация как составляющая коммуникативного воздействия.
16. Имиджи поп-звезд.
17. Формат как процессы создания выгодных контекстов.
18. Законы сочетания имиджей.
19. Вербализация как компонент имиджевой коммуникации.
20. Особенности имиджа мужчины-политика.
21. Технология отбора информации в сфере имиджевой коммуникации.
22. Имидж организации.
23. Визуализация как важная особенность имиджологии.
24. Пути построения политического имиджа.

25. Комплексное применение инструментария имиджелогии.
26. Имидж как политическая категория.
27. Система характеристик в имиджелогии.
28. Имиджи советской и постсоветской истории.
29. Имиджевые стратегии.
30. Имиджи врагов.
31. "Четырехтактная" модель имиджевой кампании.
32. Имиджи стран.
33. Жест как средство коммуникации.
34. Имиджи российских политиков.
35. Особенности имиджа "капитализма" и имиджа "коммунизма".
36. Имиджи Б.Н.Ельцина и В.В.Путина: пути формирования.
37. Стратегия управления корпоративной информацией на основе современных коммуникативных технологий.
38. Имиджи советских вождей.
39. Трехфакторная модель организации имиджелогического пространства.
40. Содержание корпоративного политического имиджа.
41. Технология формирования имиджа политического лидера.
42. Основные этапы конструирования и функционирования политического имиджа.
43. Практика зарубежных политических партий в построении политического имиджа.
44. Участие и влияние зарубежных имиджмейкеров на развитие российского избирательного процесса.
45. Российский опыт коммуникативного управления политическими событиями.
46. Основные социально-психологические функции массовой коммуникации, влияющие на формирование имиджа политика.
47. Группы черт политика, входящие в структуру имиджа.
48. Субъект-субъектное взаимодействие в политических коммуникациях.
49. Роль внешнего облика политика в восприятии его политического имиджа.
50. Основные факторы формирования политического имиджа России.

**Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания**

<b>Уровень сформированности компетенций</b>			
<b>«Минимальный уровень не достигнут» (менее 55 баллов)</b>	<b>Минимальный уровень» (56-70 баллов)</b>	<b>«Средний уровень» (71-85 баллов)</b>	<b>«Высокий уровень» (86-100 баллов)</b>
<p>Компетенции не сформированы.</p> <p>Знания отсутствуют, умения и навыки не сформированы.</p>	<p>«Компетенции сформированы.</p> <p>Сформированы базовые структуры знаний. Умения фрагментарны и носят репродуктивный характер. Демонстрируется низкий уровень самостоятельности практического навыка.</p>	<p>Компетенции сформированы.</p> <p>Знания обширные, системные. Умения носят репродуктивный характер, применяются к решению типовых заданий. Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического</p>	<p>Компетенции сформированы.</p> <p>Знания твердые, аргументированные, всесторонние. Умения успешно применяются к решению как типовых, так и нестандартных творческих заданий. Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность</p>

		навыка.	практического навыка
<b>Описание критериев оценивания</b>			
<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- существенные пробелы в знаниях учебного материала;</li> <li>- допускаются принципиальные ошибки при ответе на основные вопросы билета, отсутствует знание и понимание основных понятий и категорий;</li> <li>- непонимание сущности дополнительных вопросов в рамках заданий билета;</li> <li>- отсутствие умения выполнять практические задания, предусмотренные программой дисциплины;</li> <li>- отсутствие готовности (способности) к дискуссии и низкую степень контактности.</li> </ul>	<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- знания теоретического материала;</li> <li>- неполные ответы на основные вопросы, ошибки в ответе, недостаточное понимание сущности излагаемых вопросов;</li> <li>- неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы;</li> <li>- недостаточное владение литературой, рекомендованной программой дисциплины;</li> <li>- умение без грубых ошибок решать практические задания, которые следует выполнить.</li> </ul>	<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- знание и понимание основных вопросов контролируемого объема программного материала;</li> <li>- твердые знания теоретического материала.</li> <li>- способность устанавливать и объяснять связь практики и теории, выявлять противоречия, проблемы и тенденции развития;</li> <li>- правильные и конкретные, без грубых ошибок, ответы на поставленные вопросы;</li> <li>- умение решать практические задания, которые следует выполнить;</li> <li>- владение основной литературой, рекомендованной программой дисциплины;</li> <li>- наличие собственной обоснованной позиции по обсуждаемым вопросам. Возможны незначительные оговорки и неточности.</li> </ul>	<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- глубокие, всесторонние и аргументированные знания программного материала;</li> <li>- полное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений, точное знание основных понятий в рамках обсуждаемых заданий;</li> <li>- способность устанавливать и объяснять связь практики и теории;</li> <li>- логически последовательные, содержательные, конкретные и исчерпывающие ответы на все задания билета, а также дополнительные вопросы экзаменатора;</li> <li>- умение решать практические задания;</li> <li>- свободное использование в ответах на вопросы материалов рекомендованной основной и дополнительной литературы.</li> </ul>
<b>Оценка</b> <b>«неудовлетворительно»</b> <b>/незачтено</b>	<b>Оценка</b> <b>«удовлетворительно»</b> <b>/ «зачтено»</b>	<b>Оценка «хорошо»</b> <b>/ «зачтено»</b>	<b>Оценка «отлично» /</b> <b>«зачтено»</b>

## **9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### ***а) нормативно-правовые документы***

- 1 Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 01.03.2020) "О средствах массовой информации": Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_1511/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/)
- 2 Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция) Электронный ресурс]. [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_58968/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/)
- 3 Федеральный закон от 01.06.2005 N 53-ФЗ (ред. от 05.05.2014) "О государственном языке Российской Федерации" Электронный ресурс]. [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_53749/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_53749/)
- 4 Федеральный закон от 5 апреля 2013 г. № 34-ФЗ "О внесении изменений в статью 4 Закона Российской Федерации "О средствах массовой информации" и статью 13.21 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях": [Электронный ресурс]. <http://www.garant.ru/news/538999/#ixzz6gA0E6feh>

### ***б) основная литература:***

1. Андреева, С.В. Имиджелогия: конспект лекций / С.В. Андреева; Министерство культуры Российской Федерации, Кемеровский государственный институт культуры, Институт социально-культурных технологий, Кафедра социально-культурной деятельности. – Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры (КемГИК), 2017. – 72 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=487647> – Библиогр.: с. 67. – ISBN 978-5-8154-0400-7. – Текст: электронный.
2. Имиджелогия: учебно-практическое пособие / сост. Р.А. Кадермятова; Ульяновский государственный технический университет, Институт дистанционного и дополнительного образования. – Ульяновск: Ульяновский государственный технический университет (УлГТУ), 2014. – 91 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=363227> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9795-1329-4. – Текст: электронный.

### ***в) дополнительная литература:***

1. Горчакова, В.Г. Имидж. Искусство и реальность: учебное пособие / В.Г. Горчакова. – Москва : Юнити, 2015. – 279 с.: ил., схемы – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115024> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-01930-7. – Текст: электронный.
2. Имиджелогия: учебно-методическое пособие / авт.-сост. М.В. Елкина ; Министерство спорта Российской Федерации, Сибирский государственный университет физической культуры и спорта. – Омск: Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, 2013. – 156 с. : схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=336073> – Библиогр. в кн. – Текст: электронный.

### ***г) современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы, электронные образовательные ресурсы***

Обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам ((требуется регистрация в библиотеке СОГУ):

1. Электронная библиотека диссертации и авторефератов РГБ (ЭБД РГБ) (<https://dvs.rsl.ru>).
2. ЭБС «Университетская библиотека online» (<https://biblioclub.ru>).
3. ЭБС «Научная электронная библиотека eLibrary.ru» (<http://elibrary.ru>).
4. Универсальная баз данных East View (<https://dlib.eastview.com>). Логин: Khetagurov; Пароль: Khetagurov

5. ЭБС «Консультант студента». <http://www.studentlibrary.ru>
  6. ЭБС «Юрайт» - образовательная среда, включающая виртуальный читальный зал учебников и учебных пособий от авторов из ведущих вузов России по всем направлениям и специальностям ([www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru))
  7. Информационно-правовой портал «Гарант» (<http://www.garant.ru/>).
  8. Справочная правовая система Консультант Плюс (<http://www.consultant.ru/>).
- д) рекомендуемые интернет-адреса:**
1. <https://fipi.ru/>
  2. <http://www.slovari.ru/start.aspx?s=0&p=3050>

## **10. Материально-техническое оснащение дисциплины**

**Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа:** стол преподавательский, стул преподавательский, парты аудиторные, кафедра, доска, ноутбук, колонки, учебно – наглядные пособия. учебно – наглядные пособия. программное обеспечение:

1. Windows 10 Enterprise – договор No 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016 г.
  2. Система тестирования Sunrav WEB Class – договор No468 от 03.12.2013 ИП Сунгатулин Р.Т.(бессрочно)
  3. Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Total Security - договор No17E0-180222-130819-587-185 от 26.02. 2018 до 14.03.2019.
  4. Программа для ЭВМ «Банк вопросов для контроля знаний» Разработка СОГУ Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ - договор N 2015611829 от 06.02.2015 (бессрочно)
- Российская Федерация. 362025, Республика Северная Осетия-Алания, город Владикавказ, улица Ватутина, дом 44-46 Учебный корпус №2 Факультет журналистики Ауд. 208.

**Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), выполнения контрольных работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также самостоятельной работы обучающихся:** стол преподавательский, стул преподавательский, парты аудиторные, кафедра, интерактивная доска, доска, ноутбук, колонки, учебно – наглядные пособия. программное обеспечение:

1. Windows 10 Enterprise – договор No 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016 г.
  2. Система тестирования Sunrav WEB Class – договор No468 от 03.12.2013 ИП Сунгатулин Р.Т.(бессрочно)
  3. Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Total Security - договор No17E0-180222-130819-587-185 от 26.02. 2018 до 14.03.2019.
  4. Программа для ЭВМ «Банк вопросов для контроля знаний» Разработка СОГУ Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ - договор N 2015611829 от 06.02.2015(бессрочно)
- Российская Федерация. 362025, Республика Северная Осетия-Алания, город Владикавказ, улица Ватутина, дом 44-46 Учебный корпус №2 Ауд. 107., ауд. 208.

**Компьютерный класс:** стол преподавательский, стул преподавательский, парты аудиторные, компьютерные столы, компьютеры, аудиосистема, микрофон, сетевое подключение, доска программное обеспечение:

1. Windows 10 Enterprise – договор No 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016 г.
2. Система тестирования Sunrav WEB Class – договор No468 от 03.12.2013 ИП Сунгатулин Р.Т.(бессрочно)

3. Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Total Security - договор No17E0-180222-130819-587-185 от 26.02. 2018 от от 26.02. 2018 26.02. от 26.02. 2018 2018 от 26.02. 2018 до от 26.02. 2018 14.03.2019

4. Программа для ЭВМ «Банк вопросов для контроля знаний» Разработка СОГУ Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ - договор N 2015611829 от 06.02.2015(бессрочно)

Российская Федерация. 362025, Республика Северная Осетия-Алания, город Владикавказ, улица Ватутина, дом 44-46 Учебный корпус №2. Ауд. 208.

**Библиотека, в том числе читальный зал:** столы, стулья, ПК обучающихся программное обеспечение:

1. Windows 10 Enterprise – договор N 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016 г.

2. Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Total Security - договор No17E0-180222-130819-587-185 от 26.02. 2018 от от 26.02. 2018 26.02. от 26.02. 2018 2018 от 26.02. 2018 до от 26.02. 2018 14.03.2019

1. [ЭБС «Университетская библиотека ONLINE»](#)

Договор №171-12,2019 от 10.02.2020 г. срок действия с 10.02.2020 г. по 31.12.2020 г.

2. [Электронная библиотека диссертаций и авторефератов РГБ.](#)

Договор №095/04/0130 от 01.07.2019 г. срок действия с 05.08.2019 г. по 05.11.19 г. В связи с пандемией доступ продлен до 1.12.2020 г.

3. [ЭБС «Научная электронная библиотека eLibrary.ru»](#). Лицензионное соглашение № 5051 от 02.09.2009 г. (бессрочное)

4. [ЭБС «Консультант студента»](#).

Договор №208СЛ/01-2020 срок действия с 26.01.2020 г. по 26.02.2021 г.

5. База данных «ЭБС eLibrary». Договор № SU-20-12/2016-1 от 28.12.2016 г. Лицензионное соглашение № 4758 срок действия с 29.12.2016 г. по 28.12.2026 г.

6. [ЭБС «Юрайт» — образовательная среда, включающая виртуальный читальный зал учебников и учебных пособий от авторов из ведущих вузов России по всем направлениям и специальностям](#).

Договор №32008816384 срок действия с 01.03.2020 г. по 28.02 2021 г.

Российская Федерация. 362025, Республика Северная Осетия-Алания, город Владикавказ, улица Церетели, 16.

## 11. Лист обновления/актуализации

Программа обновлена.

1. Обновлен список основной и дополнительной литературы.

2. Обновлен перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.

Внесённые изменения и дополнения утверждены на заседании кафедры медиакоммуникаций и мультимедийных технологий (протокол №10 от «22» мая 2020 г.)

Зав. каф. \_\_\_\_\_ М.Л. Бабочиева

Одобрена советом факультета журналистики (протокол №5 от «26» июня 2020 г.)

Председатель \_\_\_\_\_ Ф.С. Хабалова

