

9. Цели и задачи учебной дисциплины:

Целями учебной дисциплины являются:

- многоаспектное изучение имиджа современного телеведущего;
- формирование способности осуществлять творческую деятельность с учетом специфики телевидения и электронных СМИ и имеющегося российского и международного опыта в аспекте эффективного построения имиджа телеведущего;
- формирование способности к эффективному применению современной технической базы и новейших цифровых технологий на телевидении, в интернет-вещании и мобильных медиа для формирования имиджа.

Задачи учебной дисциплины:

- формирование представления о наиболее известных теориях имиджологии и их исторических источниках;
- закрепление знаний об особенностях и закономерностях построения имиджа телевизионного ведущего;
- ознакомление с информацией об этапах и технологии самопрезентации;
- формирование навыков управляемого репертуара поведения перед камерой;
- формирование знаний принципов создания сценарной основы телевизионного и мультимедийного продукта, принципы создания и трансформации текстового, аудио- и видеоматериала, предназначенного для телевещания с учётом современных телевизионного и мультимедийного продукта с применением современных технологий и с учетом имиджеформирующих факторов;
- формирование умений разрабатывать творческие концепции с учетом практики российского и зарубежного телевещания в области имиджмейкинга, умений обеспечить высокий художественный уровень телевизионного и мультимедийного продукта с применением современных технологий на уровне формирования имиджа;
- формирование владения навыками подготовки телевизионного и мультимедийного продукта к выпуску в эфир с учетом требований конкретного СМИ на уровне имиджа телеведущего, навыком трансляции информационного, художественного или аналитического материала в эфир с учетом требований коммуникативной личности телеведущего.

10. Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Имидж телеведущего» относится к вариативной части.

Студенту предлагается изучить механизмы функционирования имиджа на экране. Предполагается, что к началу обучения студент уже имеет представление о специализациях тележурналиста, об особенностях работы с камерой и микрофоном, о специфике работы в студии, а также знаком с основными аспектами социальной психологии.

В результате студент должен:

- знать суть понятия «имидж» относительно предлагаемой экранной ситуации;
- освоить основные принципы построения базовой модели процесса имиджирования;
- получить навыки самопрезентации перед телевизионной камерой в условиях телетренинга.

Учебная дисциплина «Имидж телеведущего» изучается в седьмом семестре бакалавриата и является предшествующей для дисциплин «Конфликтология и медиасфера», «Документальный телефильм».

11. Планируемые результаты обучения по дисциплине/модулю (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями) и индикаторами их достижения:

Код	Название компетенции	Код(ы)	Индикатор(ы)	Планируемые результаты обучения
ПК-1	Способен осуществлять авторскую деятельность с	ПК-1.6	Разрабатывает творческие концепции с учетом практики российского и зарубежного телевещания	Знает принципы осуществления авторской деятельности и учетом специфики телевидения и

учетом специфики телевидения и других экранных масс-медиа и практики современной экранной культуры			других экранных масс-медиа Умеет разрабатывать творческие концепции в аспекте собственного имиджа Владеет навыками имиджмейкинга
	ПК-1.7	Готовит телевизионный и мультимедийный продукт к выпуску в эфир с учетом требований конкретного СМИ	Знает принципы подготовки коммуникативной личности телеведущего к экранной ситуации Владеет навыками подготовки телевизионного и мультимедийного продукта к выпуску в эфир с учетом требований имиджмейкинга

12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час. (в соответствии с учебным планом) — 3/108.

Форма промежуточной аттестации экзамен.

13. Виды учебной работы

Вид учебной работы	Трудоемкость	
	Всего	По семестрам
Аудиторные занятия	32	32
в том числе:	16	16
лекции		
практические	16	16
Самостоятельная работа	40	40
Форма промежуточной аттестации (зачет – 0 час.)	36	36
Итого:	108	108

13.1. Содержание дисциплины

п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Реализация раздела дисциплины с помощью онлайн-курса, ЭУМК
1. Лекции			
1.1	Имидж как ключевая категория имиджелогии. Типы имиджей: подходы к	Основные подходы к определению имиджа. Теории имиджа. Рассуждения об образе идеального государя в работах мыслителей древности, античности и средних веков (Геродота, Тита Ливия, Плутарха, Конфуция, Лао-Цзы, Протагора, Платона, Мора и др.). Н. Макиавелли о	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=2688

	классификации	<p>понятии «личина». Введение Г. Лебоном понятия «личное обаяние». Уточнение Ф. Ницше черт гениальности. Разработка представлений о «визуальном эффекте» Гиппокритом, Аристотелем, Галеном, Парацельсом, Ламброзо, Шопенгауэром, Дарвиным. Введение американским экономистом Болдуингом термина «имидж». Современные определения феномена «имидж»: - стереотипизированный образ личности; - устойчивое представление об особенностях личности; - мнение, оценка; -самопрезентация; - проектируемая или реальная «конструкция» и т. д. Базовая модель имиджирования. Суть и определение «Я-концепции» Р. Бернса. Роль и место «Я-концепции» в технологическом процессе имиджирования. Факторы, составляющие и установки «Я-концепции» в интерпретации В. М. Шепеля. Функции «Яконцепции». Явление и понятие «самопрезентация». Основные теории самопрезентации. Концепция «социальной драматургии» Э. Гофмана. Значение самосознания для самопрезентации. Состояние «объективного самосознания». Категории самомониторинга. Аттракция. Фасцинация.</p> <p>Типы и виды имиджа. Особенности их функционирования в сфере массовой коммуникации. Классификация имиджей по критериям «цель создания» и «механизм формирования». Определение и составляющие виды личного имиджа: самоимидж, воспринимаемый имидж, требуемый имидж (классификация Э. Симпсон). Функциональный подход к классификации имиджей на основании теории Джевкинза. Имиджи зеркальный, текущий, желаемый, корпоративный и множественный.</p>	
1.2	Структура имиджа. Невербальная и вербальная составляющая имиджа	<p>Компоненты имиджа. Имиджеформирующие факторы. Имиджеформирующая информация: прямая и косвенная. Эффект первого впечатления. Каналы передачи имиджеформирующей информации. Стратегии формирования мнения о себе. Харизматическая личность: определение понятия. Харизма. Типы харизмы. Харизматическая ниша. Модель коммуникации Р. Якобсона. Модель «харизматической личности» телевизионного ведущего Дж. Голдхабера. Модель коммуникатора Н. Н. Богомоловой. Психологические аспекты образов «героя», «лидера» и «звезды» в культурном контексте и в ситуации массовой коммуникации.</p> <p>Особенности составляющих и их сочетаемость. Идентификационная функция оформления внешности. Психотехнологии кинесики. Общая характеристика невербальных факторов модели.</p>	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=2688

		Внешние факторы: внешность, личное обаяние, телегеничность, мужественность/ женственность, поведение перед камерой, наличие вкуса и стиля в одежде, гриме и аксессуарах. Паралингвистические факторы: характеристики голоса, дыхание, темпоритм, паузация, интенсивность изложения, отчетливость речи, мимика, взгляд, поза, жестикация, тональность общения и манера речи. Вербальные параметры: факторы содержательности речевого сообщения; текстоформирующие факторы; факторы, отражающие степень нормированности индивидуального стиля коммуникатора; модальноапеллятивные факторы. Вступление – бросок. Вступление – зонтик. Частное вступление. Вступление – вопрос. Элементы самопрезентации. Имиджевые коммуникации и их формы. Тайм-код	
1.3	Особенности коммуникативной личности ведущего.	Понятие коммуникативной личности. Ее структура. Типы имиджа телеведущего. Адаптация к формату канала и типу телепередачи. Определение имиджа конкретного телеведущего.	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=2688
1.4	Имиджмейкинг в системе подготовки аудиовизуального медиaproдукта	Принципы и этапы имиджмейкинга. Оценка результатов. Корректировка имиджа. Законы создания имиджей: сложения, вычитания, деления, умножения, распространения и контекстной подачи имиджей. Факторы управления имиджем.	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=2688
2. Практические занятия			
2.1	Структура имиджа. Невербальная и вербальная составляющая имиджа	Подготовка видеопрезентации. Анализ компонентов имиджа	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=2688
2.3	Особенности коммуникативной личности ведущего.	Анализ коммуникативной личности одного из телеведущих Текущая аттестация	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=2688
2.4	Имиджмейкинг в системе подготовки аудиовизуального медиaproдукта	Формирование имиджевой режиссуры. Корректировка экранного образа под конкретные форматы и платформы	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=2688

13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Виды занятий (часов)				
		Лекции	Практически	Лабораторные	Самостоятельная работа	Всего
1	Имидж как ключевая категория имиджелогии. Типы имиджей: подходы к классификации	2			4	6
2	Структура имиджа.	6	2		4	12

	Невербальная и вербальная составляющая имиджа					
3	Особенности коммуникативной личности ведущего.	4	4		12	20
4	Имиджмейкинг в системе подготовки аудиовизуального медиапродукта	4	10		20	34
	Итого:	16	16		40	72

14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Работа по курсу должна вестись с опорой на материалы, размещенные на образовательном портале moodl.vsu.ru. Для подготовки к занятиям на портале имеются: полный курс конспектов лекций, презентации по каждой теме лекционной части курса, задания для практических занятий, задания для самостоятельной работы, видеолекции.

Также рекомендуется активно использовать материалы группы социальной сети ВКонтакте «Медиапсихология», где имеются видеолекции и актуальная информация по темам курса.

Группа «Медиапсихология» в социальной сети ВКонтакте. Видеоальбом «Имидж» - Режим доступа: <https://vk.com/club21211663>

15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1.	Мальшева, Е. Г. Информационное телевидение : учебное пособие / Е. Г. Мальшева, О. С. Рогалева. — Омск : ОмГУ, 2018. — 87 с. — ISBN 978-5-7779-2288-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/118002
2.	Мисюль, П. И. Основы телевидения : учебное пособие / П. И. Мисюль. — Минск : РИПО, 2015. — 372 с. — ISBN 978-985-503-543-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/131862
3.	Шестерина, Алла Михайловна. Имидж телеведущего : учебное пособие / А. М. Шестерина ; Воронеж. гос. ун-т. — Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2019. — 123 с. — URL.: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41563740
4.	Шестерина А.М. Психология журналистики : учебное пособие / А.М. Шестерина ; Воронеж. гос. ун-т, Фак. журналистики. — Воронеж : Изд-во факультета журналистики ВГУ, 2011. Ч. 1. — 2011. — 188 с. (28 экз.)
5.	Шестерина А.М. Психология журналистики : учебное пособие / А.М. Шестерина ; Воронеж. гос. ун-т, Фак. журналистики. — Воронеж : Изд-во факультета журналистики ВГУ, 2011. Ч. 2. — 2011. — 214 с. (28 экз.)

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
6.	Муратов, С. А. Телевидение в поисках телевидения. Хроника авторских наблюдений / С. А. Муратов. — 2-е изд., доп. — Москва : МГУ имени М.В.Ломоносова, 2009. — 280 с. — ISBN 978-5-211-05344-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/96228
7.	Шестерина, Алла Михайловна. Авторская телепередача : учебное пособие / А.М. Шестерина ; Воронеж. гос. ун-т, Фак. журналистики. — Воронеж : Изд-во Факультета журналистики Воронежского государственного университета, 2017

	.— 135 с. — Библиогр.: с. 133-135. (9 экз.)
--	---

в) информационные электронно-образовательные ресурсы (официальные ресурсы интернет)*:

№ п/п	Ресурс
8.	ЭБС Университетская библиотека online. – Режим доступа: https://biblioclub.ru/
9.	Электронная библиотека ЗНБ ВГУ. – Режим доступа: https://lib.vsu.ru/
10.	Электронный курс: Шестерина А.М. Имидж телеведущего / А.М.Шестерина. – Электронный университет ВГУ. — Режим доступа: https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=2688

16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы

№ п/п	Источник
1.	Беспмятнова, Г.Н. Имидж телевизионного ведущего : учебно-методическое пособие по специальности "Журналистика" / Г.Н. Беспмятнова ; Воронеж. гос. ун-т .— Воронеж : Фак. журналистики ВГУ, 2008- Ч. 1 .— 2008 .— 74, [1] с. : табл. — Библиогр.: с. 71-75. (5 экз.)
2.	Шестерина, Алла Михайловна. Имидж телеведущего : учебное пособие / А. М. Шестерина ; Воронеж. гос. ун-т .— Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2019 .— 123 с. — URL.: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41563740
3.	Электронный курс: Шестерина А.М. Имидж телеведущего / А.М.Шестерина. – Электронный университет ВГУ. — Режим доступа: https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=2688
4.	Группа «Медиапсихология» в социальной сети ВКонтакте. Видеоальбом «Имидж» - Режим доступа: https://vk.com/club21211663

17. Образовательные технологии, используемые при реализации учебной дисциплины, включая дистанционные образовательные технологии (ДОТ), электронное обучение (ЭО), смешанное обучение):

При реализации дисциплины используются различные типы лекций (вводная, обзорная и т.д.), применяются дистанционные образовательные технологии в части освоения лекционного и практического материала, проведения текущей аттестации, самостоятельной работы по дисциплине или отдельным ее разделам и т.д.

Электронный университет ВГУ. Курс «Имидж телеведущего»

Режим доступа: <https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=2688>

При реализации дисциплины используются элементы электронного обучения и дистанционные образовательные технологии, в том числе сайт edu.vsu.ru.

18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа. Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор View Sonic; ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb); экран настенный с электроприводом CS 244*244; акустическая система BEHRINGER B115D, микшер UB 1204 FX, микрофон B-1. Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdm; OfficeSTd 2013 RUS OLP NL Acdm; Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление); СПС «ГАРАНТ- Образование».

Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации. Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ, экран настенный CS 244*244; переносной ноутбук 15*Packard Bell. Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdm; OfficeSTd 2013 RUS OLP NL Acdm; ; Неисключительные

права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление); СПС «ГАРАНТ- Образование».

Аудитории для самостоятельной работы студентов. Используются компьютерные классы: ауд. 115 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; экран настенный CS 244*244; интерактивная доска Promethean, ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb) (11 шт.);

ауд. 126 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; ПК (Razer 5/4Gb/1Tb) (10 шт.); экран настенный CS 244*244, интерактивная доска Promethean.

Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdm; OfficeSTd 2013 RUS OLP NL Acdm; Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление) ; СПС «ГАРАНТ- Образование».

Свободный доступ в интернет.

Телестудия (ауд. 210.)

Программное обеспечение:

Microsoft Office

Windows 10

Adobe Creative Cloud (подписка)

Материально-техническое обеспечение телестудии:

малогабаритный многокамерный телевизионный комплекс (ММТК) (1комплект), видеокамера Sony DSR-250P (1шт.), видеокамера Sony DSR-170P (1шт.), рекордер DVCAM Sony DSR-25 (1шт.), микшерный пульт Yamaha-MG166C (1шт.), радиомикрофоны Enbao SG-922 (2шт.), радиомикрофоны Orus NE-100 (3шт.), видеомонтажная станция на базе ПК (4шт.), персональные компьютеры (3шт.), принтер Epson Photo T50 (1 шт);

камкордер SONY PXW-Z280T 2шт., телесуфлер Teleview TLW-LCD190LK 1шт., монтажная станция NLE 3шт., видеокамера Sony FDR-Ax700 1шт., видеокамера Sony HDR-CX405 3 шт, светильник Logocam GL 100-DMX 4 шт.

19. Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестаций

Порядок оценки освоения обучающимися учебного материала определяется содержанием следующих разделов дисциплины:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция(и)	Индикатор(ы) достижения компетенции	Оценочные средства
1.1	Имидж как ключевая категория имиджологии. Типы имиджей: подходы к классификации	ПК-1	ПК-1.6	Опрос
1.2	Структура имиджа. Невербальная и вербальная составляющая имиджа	ПК-1	ПК-1.6	Контрольная работа
1.3	Особенности коммуникативной личности ведущего.	ПК-1	ПК-1.6	Тест № 1
1.4	Имиджмейкинг в	ПК-1	ПК – 1.7	Ситуационная задача

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция(и)	Индикатор(ы) достижения компетенции	Оценочные средства
	системе подготовки аудиовизуального медипродукта			
Промежуточная аттестация форма контроля - экзамен				Перечень вопросов

20 Типовые оценочные средства и методические материалы, определяющие процедуры оценивания

20.1 Текущий контроль успеваемости

Контроль успеваемости по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

средний уровень сложности:

1. Дайте определение вербальной информации в телевизионном и радиозэфире:
 - а) это словесная информация, передаваемая с помощью речи, текста, письма;
 - б) это сочетание мимики, жестов и устной речи;
 - в) это возможность использовать все средства коммуникации в эфире;
 - г) это сценарная основа для журналистского продукта.
2. Дайте определение невербальной коммуникации в телевизионном эфире:
 - а) это коммуникативное взаимодействие между индивидами без использования слов;
 - б) это произнесенные или написанные слова ведущим эфиром;
 - в) это приемы и методы манипулирования в телеэфире;
 - г) это негативная, порочащая героев информация.

повышенный уровень сложности:

1. Взаимодействие, обратная связь со зрительской аудиторией, называется...
 Ответ: интерактивность
2. Сотрудник телекомпании, который работает в кадре и традиционно является лицом телеканала называется...
 Ответ: ведущий

Контрольная работа

1. Проанализируйте имидж конкретного телеведущего. Определите его тип и оцените основные имиджеформирующие компоненты

Критерии оценивания контрольной работы:

- Отлично – дан полный анализ имиджа телеведущего, учтены все имиджеформирующие компоненты
- Хорошо – дан полный анализ имиджа телеведущего, но упущен ряд компонентов
- Удовлетворительно – дан неполный анализ имиджа телеведущего, есть существенные ошибки в характеристике имиджеформирующих компонентов
- Неудовлетворительно – неверно определен имидж телеведущего, неверно охарактеризована большая часть имиджеформирующих компонентов

Ситуационные задачи

Ситуационная задача № 1

1. На основе снятого в ходе практических занятий презентационного ролика определите эффективность собственного имиджа, его тип, оцените имиджеформирующие компоненты

Критерии оценивания ситуационных задач:

Отлично – на высоком профессиональном уровне снят и проанализирован презентационный ролик
Хорошо - на достаточном профессиональном уровне снят и проанализирован презентационный ролик

Удовлетворительно - на достаточном профессиональном уровне снят, но плохо проанализирован презентационный ролик

Тестовые задания

Тест № 1

Вариант 1.

1. Когда в научный оборот был введен термин «имидж» в его сегодняшнем значении?
 - А. середина 18 века
 - Б. середина 19 века
 - В. Рубеж 19-20 веков
 - Г. Первая половина 20 века
2. Какой из перечисленных ниже терминов в наибольшей степени соотносится с категорией «имидж»?
 - А. Образ
 - Б. Репутация
 - В. Внешний вид
 - Г. Стиль
3. В основе какого из перечисленных базовых имиджей лежит тактика «агрессия»?
 - А. Развлечение
 - Б. «Начальник»
 - В. «Деловое общение»
 - Г. «Принц/принцесса»
4. Какой закон говорит о том, что имидж может переноситься с общего на частное?
 - А. Закон сложения имиджей
 - Б. Закон умножения имиджей
 - В. Закон вычитания имиджей
 - Г. Закон контекстной подачи имиджей
5. Для какого типа имиджа журналиста наиболее важной характеристикой будет динамизм?
 - А. Мэтр
 - Б. Кумир
 - В. Экспертный
 - Г. Авторитарный
6. Какой имидж по способу информирования наиболее адекватен для ведения информационно-новостной телепередачи?
 - А. Информатор
 - Б. Невидимка
 - В. Демонстратор
 - Г. Свидетель
7. Какой из перечисленных ниже компонентов имиджа относится к так называемой «экзистенциальной точке имиджа»?
 - А. Пластика
 - Б. Взгляд
 - В. Интонация
 - Г. Цветность

8. Каким «мимическим паспортом» обладает среднестатистический человек?
- А. 100 выражений лица
 - Б. 1000 выражений лица
 - В. 2000 выражений лица
 - Г. 20000 выражений лица
9. Сколько различных сигналов включает в себя язык жестов?
- А. 700000 сигналов
 - Б. 70000 сигналов
 - В. 7000 сигналов
 - Г. 1000 сигналов
10. Какую позу называют контрактивной?
- А. Наклон назад, поворот головы в сторону, уклонение от визуального контакта, закрытость контура рук, поднятые плечи, усиление ритмической активности
 - Б. Опущенные плечи, впалая грудная клетка, втянутая шея, закрытый контур рук и ног
 - В. Расширенная грудная клетка, плечи подняты, туловище прямое, напряженное, поднятая голова, периферический взгляд

Критерии оценки ответов на задания теста:

отличный результат даны ответы на более, чем 90% вопросов

хороший результат - даны ответы на 65-89% вопросов

удовлетворительный результат - даны ответы на 50-64% вопросов

неудовлетворительный результат - даны ответы менее чем на 50% вопросов

19.3.5 Темы курсовых работ

1. Имидж ведущего теленовостей
2. Особенности имиджа ведущего авторской телепередачи
3. Имидж ведущего молодежных программ
4. Особенности имиджа современного видеоблогера

20.2 Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств: *собеседование по экзаменационным билетам*

Перечень вопросов к экзамену:

1. История термина «имидж» и обозначенного им феномена. Определения понятия «имидж» различными теоретиками имиджмейкинга.
2. Структура имиджа. Характеристика элементов структуры имиджа
3. Типы базовых имиджей.
4. Компоненты имиджа. Экзистенциальная точка имиджа.
5. Взгляд. Интонация. Система пауз. Особенности реализации и этих компонентов в работе телеведущего.
6. Одежда. Макияж. Прическа. Цветность. Особенности их отражения на экране.
7. Пластика. Мимика. Роль компонентов в формировании экранного имиджа.
8. Такесика. Организация пространства. Таймменеджмент в работе тележурналиста.
9. Коммуникативная личность телеведущего.
10. Законы создания имиджа.
11. Имидж телеведущего. Типы имиджа телеведущего.
12. Типы имиджа телеведущего по форме контакта с аудиторией.
13. Типы имиджа телеведущего по уровню близости к аудитории.
14. Типы имиджа телеведущего по участию в процессе социализации.
15. Харизма: определение понятия.
16. Особенности имиджа видеоблогера.
17. Процесс имиджирования: принципы и этапы.

18. Анализ имиджа одного из известных телеведущих: определение типов по всем классификациям и конкретизация особенностей реализации имиджевых компонентов.
19. Анализ собственного экранного имиджа: определение типов по всем классификациям и конкретизация особенностей реализации имиджевых компонентов.
20. Защита собственного аудиовизуального проекта с демонстрацией результатов видеоимиджмейкинга.

В случае пропуска студентом значительной части занятий по дисциплине «Имидж телеведущего» преподаватель имеет право провести собеседование по всем экзаменационным вопросам.

Для оценивания результатов обучения на экзамене используются следующие показатели:

- 1) знание учебного материала и владение понятийным аппаратом имиджелогии;
- 2) умение связывать теорию с практикой работы телеведущего;
- 3) умение иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований;
- 4) умение применять на практике принципы имиджирования;
- 5) владение способами коррекции экранного образа.

Для оценивания результатов обучения на экзамене используется – отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно.

Соотношение показателей, критериев и шкалы оценивания результатов обучения.

Критерии оценивания компетенций	Уровень сформированности компетенций	Шкала оценок
Обучающийся в полной мере владеет понятийным аппаратом данной области науки (теоретическими основами дисциплины), способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, применять теоретические знания для решения практических задач в области имиджа телеведущего	Повышенный уровень	Отлично
Обучающийся владеет понятийным аппаратом данной области науки (теоретическими основами дисциплины), способен анализировать имидж телеведущих, допускает незначительные ошибки при корректировке собственного имиджа.	Базовый уровень	Хорошо
Обучающийся владеет частично теоретическими основами дисциплины, фрагментарно способен анализировать имидж телеведущих, не умеет применять на практике все принципы имиджирования.	Пороговый уровень	Удовлетворительно
Обучающийся демонстрирует отрывочные, фрагментарные знания, допускает грубые ошибки, не умеет применить на практике принципы имиджирования	–	Неудовлетворительно

Оценка знаний, умений и навыков, характеризующая этапы формирования компетенций в рамках изучения дисциплины осуществляется в ходе текущей и промежуточной аттестаций.

Текущая аттестация проводится в соответствии с Положением о текущей аттестации обучающихся по программам высшего образования Воронежского государственного университета. Текущая аттестация проводится в форме тестирования. Критерии оценивания приведены выше.

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования.

Контрольно-измерительные материалы промежуточной аттестации включают в себя вопросы, позволяющие оценить уровень полученных знаний и степень сформированности умений и навыков. При оценивании используются количественные шкалы оценок. Критерии оценивания приведены выше.