Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 12.09.2026 14:53:09
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)

Факультет издательского дела и журналистики

Декан
_____/Е.Л. Хохлогорская/

«_26_» _февраля_2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ИМИДЖ И САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ В МЕДИА

Направление подготовки/специальность
42.03.02 Журналистика

Профили
Корпоративные медиа и бренд-журналистика

Квалификация
бакалавр

Формы обучения
Очная

Москва, 2026 г.

Разработчик:

Старший преподаватель кафедры «Журналистика и массовые коммуникации имени М.Ф. Ненашева»  /Н.Ю. Прыгина/

Согласовано:

Заведующий кафедрой «Журналистика и массовые коммуникации имени М.Ф. Ненашева», к.с.н., доцент  /Л.Г. Толчинский/

Содержание

1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине....4
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы....5
3. Структура и содержание дисциплины....5
3.1. Виды учебной работы и трудоемкость....5
3.2. Тематический план изучения дисциплины....6
3.3. Содержание дисциплины....7
3.4. Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий....8
3.5. Тематика курсовых проектов (курсовых работ)....8
4. Учебно-методическое и информационное обеспечение....8
4.1. Нормативные документы и ГОСТы....8
4.2. Основная литература....8
4.3. Дополнительная литература....8
4.4. Электронные образовательные ресурсы....9
4.5. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение....9
4.6. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы....9
5. Материально-техническое обеспечение....9
6. Методические рекомендации....9
6.1. Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения....10
6.2. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины....10
7. Фонд оценочных средств....10
7.1. Методы контроля и оценивания результатов обучения....11
7.2. Шкала и критерии оценивания результатов обучения....11
7.3. Оценочные средства....11

1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

Цель изучения дисциплины «Имидж и самопрезентация в медиа» – формирование у обучающихся системных знаний и практических навыков эффективной самопрезентации, делового имиджа и работы в кадре, необходимых журналисту, продюсеру и специалисту корпоративных медиа для профессиональной публичной деятельности.

К числу основных задач освоения дисциплины относятся:

– сформировать представление о теории имиджа, персональном и корпоративном брендинге в медиасреде;

– познакомить с нормами делового стиля и требованиями к внешнему виду при работе в кадре, в прямом эфире и на официальных мероприятиях;

– выработать практические навыки самопрезентации, публичного выступления, работы с камерой и микрофоном;

– сформировать умение выстраивать и поддерживать профессиональную репутацию медиаперсоны и организации в цифровой среде;

– развить навыки саморегуляции и уверенного поведения в стрессовых коммуникативных ситуациях (интервью, брифинг, пресс-конференция).

Обучение по дисциплине «Имидж и самопрезентация в медиа» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенции
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации	ИУК-4.1. Соблюдает нормы делового стиля и требования к внешнему виду при публичных выступлениях, съемках и участии в официальных мероприятиях ИУК-4.2. Использует вербальные и невербальные средства самопрезентации в соответствии с форматом коммуникации и аудиторией
ПК-3. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ИПК-3.6. Соблюдает профессиональные этические нормы на всех этапах работы ИПК-3.7. Формирует и поддерживает персональный и корпоративный имидж в медиасреде, включая цифровые платформы

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений (Б1.2), блока Б1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ОП: «Цифровой сторителлинг», «Универсальная журналистика», «Техника и технологии СМИ», «Корпоративные медиа и бренд-журналистика», «Продвижение печатных и электронных СМИ», Профессионально-творческая практика.

3. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часа).

3.1 Виды учебной работы и трудоемкость

Очная форма обучения

№ п/п	Вид учебной работы	Количество часов	4 семестр
1	Аудиторные занятия	36	36
1.1	Лекции	18	18
1.2	Семинарские/практические занятия	18	18
1.3	Лабораторные занятия	-	-
2	Самостоятельная работа	36	36
2.1	Чтение и анализ текстов, подготовка докладов, сообщений; отработка навыков самопрезентации	36	36
3	Промежуточная аттестация — Зачет	-	-
	Итого	72	72

3.2 Тематический план изучения дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Разделы/темы дисциплины	Всего, час	Лекции	Семинары/ практич.	Лабо рат.	СРС, час
1	Тема 1. Имидж и персональный бренд журналиста: базовые понятия	10	2	2	-	6
2	Тема 2. Деловой стиль и корпоративный дресс-код в медиасреде	10	2	2	-	6
3	Тема 3. Требования и ограничения при работе в кадре	10	2	2	-	6
4	Тема 4. Самопрезентация на официальных мероприятиях и брифингах	14	4	4	-	6
5	Тема 5. Вербальные и невербальные средства самопрезентации	14	4	4	-	6
6	Тема 6. Персональный бренд и репутация в цифровой среде	14	4	4	-	6
	Итого	**72**	**18**	**18**	**-**	**36**

3.3 Содержание дисциплины

Тема 1. Имидж и персональный бренд журналиста: базовые понятия

Понятие имиджа и самопрезентации. Структура имиджа: внешний, коммуникативный, поведенческий компоненты. Персональный бренд журналиста и медиаперсоны. Имидж как профессиональный инструмент и репутационный капитал.

Тема 2. Деловой стиль и корпоративный дресс-код в медиасреде

Понятие делового стиля. Дресс-код редакции и корпоративного медиа: общие принципы и отраслевые стандарты. Внешний вид как элемент профессиональной идентичности.

Типичные ошибки и ограничения в одежде, аксессуарах, макияже для эфира и публичных мероприятий.

Тема 3. Требования и ограничения при работе в кадре

Специфика работы перед камерой: телевидение, стриминг, видеоформаты соцсетей. Технические и визуальные ограничения (цвет, фактура, освещение, план). Поведенческие ограничения в кадре: мимика, жесты, взгляд в камеру. Работа с гримом и светом.

Тема 4. Самопрезентация на официальных мероприятиях и брифингах

Протокол и этикет официальных мероприятий: пресс-конференция, брифинг, деловая встреча, награждение. Правила поведения представителя редакции/медиаорганизации на публике. Подготовка к выступлению: структура, регламент, работа с вопросами аудитории и журналистами.

Тема 5. Вербальные и невербальные средства самопрезентации

Голос и речь: дикция, темп, интонация. Невербальная коммуникация: поза, жесты, дистанция, зрительный контакт. Управление волнением и сценическое поведение. Приемы удержания внимания аудитории.

Тема 6. Персональный бренд и репутация в цифровой среде

Персональный бренд в социальных сетях и профессиональных платформах. Согласованность офлайн- и онлайн-имиджа. Репутационные риски и управление кризисными ситуациями в публичном пространстве. Границы личного и профессионального в цифровой самопрезентации.

3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий

3.4.1. Семинарские/практические занятия для очной формы обучения

Семинар 1. Имидж и персональный бренд журналиста: базовые понятия

Семинар 2. Деловой стиль и корпоративный дресс-код в медиасреде

Семинар 3. Требования и ограничения при работе в кадре

Семинары 4–5. Самопрезентация на официальных мероприятиях и брифингах

Семинары 6–7. Вербальные и невербальные средства самопрезентации

Семинары 8–9. Персональный бренд и репутация в цифровой среде

3.4.2. Лабораторные занятия

Не предусмотрены.

3.5 Тематика курсовых проектов (курсовых работ)

Не предусмотрены.

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение

4.1 Нормативные документы и ГОСТы

Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 29.12.2022) «О средствах массовой информации». 27 декабря 1991 года № 2124-1 // https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/ [Режим доступа – свободный]

4.2 Основная литература

Семенова, Л. М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 141 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11529-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/445521

Жернакова, М. Б. Деловое общение : учебник и практикум для среднего профессионального образования / М. Б. Жернакова, И. А. Румянцева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 319 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16605-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/586777

Мультимедийная журналистика : учебник для вузов / А.Г. Качкаева [и др.]. — Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2018. — 416 с. — ISBN 978-5-7598-1663-8. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/89369.html — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4.3 Дополнительная литература

Ратников, В. П. Деловые коммуникации : учебник для бакалавров / В. П. Ратников ; ответственный редактор В. П. Ратников. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 527 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3496-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/425857

4.4 Электронные образовательные ресурсы

Электронный ресурс «Имидж и самопрезентация в медиа» — https://online.mospolytech.ru/

4.5 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

Не требуется.

4.6 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Сайт Союза журналистов России — https://ruj.ru/

2. Российская государственная библиотека — http://www.rsl.ru/

3. Российская национальная библиотека — http://www.nlr.ru/

4. www.gipp.ru (Гильдия издателей периодической печати)

5. http://www.mediascope.ru/ (МЕДИАСКОП — электронный научный журнал факультета журналистики МГУ)

5. Материально-техническое обеспечение

Аудитории для лекционных и семинарских занятий из общего фонда. Необходима интерактивная доска/ноутбук, проектор для демонстрации презентаций. Для практических занятий по работе в кадре необходимы видеокамера (или камера смартфона), микрофон, комплект студийного освещения, монитор/экран для просмотра и разбора видеоматериалов.

Университет обеспечивает инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья специальными материально-техническими средствами обучения (включая специальное программное обеспечение) и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья, при наличии их заявлений о необходимости предоставления специализированных электронных образовательных ресурсов.

6. Методические рекомендации

6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения

Курс строится на сочетании теоретических занятий и практической отработки навыков самопрезентации. Лекционные занятия закладывают понятийный аппарат и знакомят с нормами делового стиля и требованиями к публичному поведению.
Семинарские/практические занятия организуются в форме тренингов, ролевых игр (пресс-конференция, брифинг, интервью), видеосъемки с последующим разбором и обратной связью.

Рекомендуется на каждом практическом занятии по темам 3–6 проводить видеофиксацию выступлений студентов с последующим просмотром и совместным анализом ошибок: внешний вид, речь, невербальное поведение. Поощряется приглашение практикующих специалистов (пресс-секретарей, продюсеров, телеведущих) для проведения мастер-классов.

Список литературы рекомендуется регулярно обновлять с учетом изменений в медиаиндустрии и деловом этикете.

6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Самостоятельная работа студента направлена на отработку навыков самопрезентации, анализ собственных выступлений и подготовку к практическим занятиям. Рекомендуется вести дневник самонаблюдения (речь, внешний вид, поведение в кадре) и регулярно просматривать записи публичных выступлений медийных персон с точки зрения имиджевых стратегий.

При подготовке к практическим занятиям студенту следует заранее продумывать деловой образ и текст выступления в соответствии с заданным форматом (эфир, брифинг, презентация). Приветствуется использование видеозаписи для самоконтроля. Итоговое собеседование предполагает демонстрацию практических навыков самопрезентации в предложенной ситуации.

7. Фонд оценочных средств

7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения

В процессе обучения используются следующие оценочные формы самостоятельной работы студентов, оценочные средства текущего контроля успеваемости и промежуточных аттестаций: выполнение практических заданий (видеосъемка, ролевые игры), подготовка и представление докладов на семинарских занятиях, контрольные работы.

Форма промежуточной аттестации — зачет в форме собеседования и практического задания (демонстрация навыков самопрезентации в заданной коммуникативной ситуации).

Промежуточная аттестация обучающихся проводится по результатам выполнения всех видов учебной работы, предусмотренных учебным планом по данной дисциплине, при этом учитываются результаты текущего контроля успеваемости в течение семестра. По итогам промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) выставляется оценка «зачтено», «незачтено».

7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения

Оценка «зачтено» выставляется в том случае, если студент знает основы теории имиджа и самопрезентации, нормы делового стиля и требования к работе в кадре и на официальных мероприятиях; понимает роль имиджа в профессиональной деятельности журналиста и специалиста корпоративных медиа. Студент умеет применять вербальные и невербальные средства самопрезентации в соответствии с ситуацией и форматом коммуникации; способен подготовить и продемонстрировать деловой образ, соответствующий требованиям съемки, эфира или официального мероприятия. Владеет базовыми приемами публичного выступления, работы с камерой и управления волнением.

Оценка «не зачтено» выставляется в том случае, если студент не знает основ теории имиджа и самопрезентации, норм делового стиля и требований к работе в кадре; не понимает роли имиджа в профессиональной деятельности. Студент не умеет применять вербальные и невербальные средства самопрезентации; не способен подготовить и продемонстрировать деловой образ, соответствующий требованиям съемки, эфира или официального мероприятия. Не владеет базовыми приемами публичного выступления и работы с камерой.

7.3 Оценочные средства

7.3.1. Текущий контроль

Примерная тематика докладов, сообщений

1. Персональный бренд медиаперсоны: успешные и неудачные примеры.

2. Дресс-код российских и зарубежных телеканалов: сравнительный анализ.

3. Имидж корпоративного спикера: требования и ограничения.

4. Работа в кадре: технические и поведенческие ограничения.

5. Невербальная коммуникация публичного человека.

6. Репутационные кризисы медиаперсон и способы их преодоления.

7. Персональный бренд в социальных сетях: границы личного и профессионального.

Примерная тематика контрольных работ

1. Разработать деловой дресс-код для съемочной группы информационной программы.

2. Составить чек-лист требований к внешнему виду спикера пресс-конференции.

3. Разработать сценарий самопрезентации для брифинга пресс-службы.

4. Проанализировать невербальное поведение ведущего одной из телепрограмм (по видеозаписи).

5. Составить рекомендации по формированию персонального бренда журналиста в социальных сетях.

Примерные практические задания

Задание 1. Подготовьте и представьте перед камерой 60-секундную самопрезентацию в формате «представление эксперта на пресс-конференции», соблюдая требования делового стиля.

Задание 2. Проведите ролевую игру «Брифинг пресс-службы»: один студент выступает в роли спикера, остальные — в роли журналистов, задающих неудобные вопросы.

Задание 3. Проанализируйте видеозапись собственного выступления по заданным критериям (внешний вид, речь, невербальное поведение) и подготовьте план коррекции.

7.3.2. Промежуточная аттестация

Примерные вопросы к зачету

1. Понятие имиджа и самопрезентации. Структура имиджа.
2. Персональный бренд журналиста и медиаперсоны.
3. Имидж как профессиональный инструмент и репутационный капитал.
4. Понятие делового стиля. Общие принципы делового дресс-кода.
5. Дресс-код редакции и корпоративного медиа: отраслевые стандарты.
6. Типичные ошибки во внешнем виде при работе в эфире и на публичных мероприятиях.
7. Специфика работы перед камерой: телевидение, стриминг, видеоформаты соцсетей.
8. Технические ограничения при работе в кадре (цвет, фактура, освещение, план).
9. Поведенческие ограничения в кадре: мимика, жесты, взгляд в камеру.
10. Работа с гримом и светом при съемке.
11. Протокол и этикет официальных мероприятий.
12. Правила поведения представителя редакции на пресс-конференции и брифинге.
13. Подготовка к публичному выступлению: структура и регламент.
14. Работа с вопросами аудитории и журналистами.
15. Голос и речь: дикция, темп, интонация в публичном выступлении.
16. Невербальная коммуникация: поза, жесты, дистанция, зрительный контакт.
17. Управление волнением и сценическое поведение.
18. Приемы удержания внимания аудитории.
19. Персональный бренд в социальных сетях и профессиональных платформах.
20. Согласованность офлайн- и онлайн-имиджа.

21. Репутационные риски и управление кризисными ситуациями в публичном пространстве.

22. Границы личного и профессионального в цифровой самопрезентации.

23. Имидж делового человека: внешний, коммуникативный, поведенческий компоненты.

24. Особенности самопрезентации в разных медиаформатах (ТВ, радио, подкаст, соцсети).