



СМ 414

ИЗГРАЖДАНЕ НА ИМИДЖ

Актуал.: прот. №5/28.09.20022г. на УНС-ЦХН

Лектор: доц.д-р Диана Попова

АНОТАЦИЯ

Курсът по Изграждане на имидж разглежда процеса на формиране на имидж в медиите като се анализират носителите на престижа, формите, знаците и проявленията на престижа в чуждестранните и българските медии, както и моделирането на персонални имидж на известни личности и различните проявления на позитивните и негативните резултати от персоналната реклама в пресата. По време на лекциите студентите се запознават с прилагането на методиката на моделиране на трансмедиялния имидж, както и с имиджмейкърските практики, използвани при формирането на имиджите на известни личности.

ОСНОВНИ ЦЕЛИ

Да създаде в студентите представа за съвременната роля на имиджа като средство на опосредствано социално общуване, въздействие и познание, да обобщи натрупаните до момента знания в сферата на журналистиката, медиазнанието и социалните науки, осмислящи ролята на имидж въздействието в съвременния живот, да предложи овладяването на конкретни техники и умения за имиджово въздействие, както и за анализиране на вече създадени имиджови послания.

ПРЕДПОСТАВКИ

Предпоставките за включването на тази дисциплина в корпуса на теоретико-практическото обучение на студентите са усвоени преди това знания за социума, за гносеологическите и социално – психологическите аспекти на комуникацията, за ролята на индивида в променящите се обществени нагласи и реалности.

СТАТУТ И СТРУКТУРА

специалност	статут	Кредит и	редовно обучение				задочно обучение			
			л	с	у	об щ	л	с	у	об щ
Журналистика и Връзки с обществеността	Задължителна	3	30			30	15			15
Психология	Избираема	3	30			30	15			15

СЪДЪРЖАНИЕ НА КУРСА

Тема 1. Характеристика на журналистическото въздействие чрез образи. Персонална и персонифицирана информация. Цели и функции на персоналната пропаганда.

Тема 2. Журналистическо внушение чрез персонални имиджи. Персонализираната информация. Ролята на елитните издания и масовата преса за изграждане на имиджи.

Тема 3. Социална ефективност на персоналната пропаганда. Фактори и предпоставки за нейното въздействие. Реализацията на личността, нормите-цели и нормите-рамки в обществото.

Тема 4. Престиж. Носители на престижа. Престиж и социален статус. Символи и знаци на престижа. Видове и форми на социалния престиж. Персонален и придобит престиж.

Тема 5. Социална роля и авторитет. Функционален, индукционен и ситуативен авторитет. Наследен и придобит социален статус.

Тема 6. Персонална перцепция и персонална стереотипизация в медиите. Гносеологически и социално-психологически аспекти на възприятието. Характеристика на възприятието. Оценъчни еталони.

Тема 7. Стереотипизация. Стереотип. Видове стереотипи. Функциониране на социалния стереотип. Социален стереотип и идеал.

Тема 8. Персонален и партиен имидж. Елит, знаменитости, популярност. Характеристика на понятието имидж. Фактори, от които зависи престижа на хората в различни области.

Тема 9. Характеристика на имиджа. Съществуващи дефиниции на имиджа. Четири основни характеристики. Еклектичност на имиджа и неговата рецепция. Етапи, през които преминава имиджа. Имидж и медийна манипулация.

Тема 10. Компоненти на имиджа. Имиджът като инструмент. Имиджите като стандарти. Имиджът като средство за себеизразяване. Имиджи и атитюди. Перцепционна, когнитивна, афективна и конотативна компонента на имиджа. Равнища на структуриране на имиджа.

Тема 11. Моделиране на трансмедиален имидж. Етапи — градиране на потребностите, избор на прототипа, позитивно профилиране, минимализиране на негативния профил, профилиране на опонента, медийна адаптация и контрол на рецепцията на имиджа. Фази на

Метода на Ру, Сегела, Кезак и Гудар.

Тема 12. Анализ на фазите в моделирането на трансмедиялен имидж. Особенности на всяка фаза. Използвани методи при медийното профилиране на прототипа и на опонента. Ситуация и социална ситуация. Премоделиране на имидж.

Тема 13. Планиране и конструиране на медийния имидж. Основни компоненти и етапи на медийното планиране. Процедури за изграждане и управление на медийния имидж. Схема на PR композицията. Фактори за успешно управление на имиджмейкинг. Печеливша комуникационна стратегия.

ПЛАНИРАНИ УЧЕБНИ ДЕЙНОСТИ И МЕТОДИ НА ОБУЧЕНИЕ

Планираните дейности и методи за изложение са лекция, обяснение, дискусия, демонстрация (филми, модели, политически и комерсиални реклами и др.), работа с различни източници (печатни и онлайн), работа в платформата Moodle, и др. В курса се използва и самостоятелна работа. На студентите се възлага да разработят курсов проект на тема, свързана с изграждането на персонален или партиен имидж, която трябва да защитят, преди да бъдат допуснати до изпит.

МЕТОДИ ЗА ОЦЕНЯВАНЕ

1. Семестриален изпит – писмен.
2. Курсов проект – анализ на трансмедиялен имидж.

Студентите разработват курсовия проект като използват качените в платформата Moodle материали и посочената препоръчителна литература.

3. Метод за формиране на крайната оценка:
а/ 30% от оценката на курсовия проект.
б/ 70% от семестриалния изпит.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА

1. Брестничка, Р., *Трансфер на имидж*, УНСС, 2010 г.
2. Ефтимова, А. *Невербалната комуникация: медии и медиатори*, Сиела, 2008 г.
3. Литвинов, А. „HR Мениджърът. Какъв имидж трябва да изгражда?“ Human Capital, 02 Ноември 2011, <http://www.jobs.bg/hc/jobsinbg/1097>
4. Манолов, Г., *Политическият имидж*, Пловдив, 2006 г.
5. Петкова, Е. „Имиджът на жените в българското политическо пространство“, 27 юни 2011, <http://www.newmedia21.eu/author/bookcorner/>
6. Петров, М., *Персоналният имидж. Изграждане. Контрол. Реценция*, София, второ издание, 2005 г.
7. Петров, М., *Америка: Социалният тропик*, Сиела, 2010 г.

8. Русев, П., *Властта на хората – новият маркетинг*, БГ Книга, 2011 г.
9. Стойков, Л. „Планиране и конструиране на медийния имидж”, <http://alternativi.unwe.acad.bg/br28/03.pdf>
10. Стоянов, Л., „Как да използваме социалните медии за градене на имидж”, 12 април, 2010, <http://stoqnov.biz/708/>
11. Schawbe, D., “Personal Branding”, Feb. 5, 2009, <http://mashable.com/2009/02/05/personal-branding-101/>



ИЗПИТЕН ВЪПРОСНИК

СМ 414

ИЗГРАЖДАНЕ НА ИМИДЖ

Лектор: доц.д-р Диана Попова

1. Характеристика на журналистическото въздействие чрез образи.
2. Журналистическо внушение чрез персонални имиджи.
3. Социална ефективност на персоналната пропаганда.
4. Престиж. Носители на престижа. Престиж и социален статус. Символи и знаци на престижа.
5. Социална роля и авторитет. Функционален, индукционен и ситуативен авторитет.
6. Персонална перцепция и персонална стереотипизация в медиите.
7. Стереотипизация. Стереотип. Видове стереотипи.
8. Персонален и партиен имидж. Елит, знаменитости, популярност.
9. Характеристика на имиджа
10. Компоненти на имиджа. Имиджът като инструмент. Имиджите като стандарти. Имиджът като средство за себеизразяване. Имиджи и атитюди.
11. Моделиране на трансмедиялен имидж.
12. Анализ на фазите в моделирането на трансмедиялен имидж.
13. Планиране и конструиране на медийния имидж. Основни компоненти и етапи на медийното планиране.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА

1. Брестничка, Р., *Трансфер на имидж*, УНСС, 2010 г.
2. Манолов, Г., *Политическият имидж*, Пловдив, 2006 г.
3. Петров, М., *Персоналният имидж. Изграждане. Контрол. Рецепция*, София, второ издание, 2005 г.
4. Петров, М., *Америка: Социалният тропик*, Сиела, 2010 г.
5. Райков, З., *Корпоративен имидж*, София, 2001 г.
6. Русев, П., *Властта на хората – новият маркетинг*, БГ Книга, 2011 г.
7. Сегела, Ж., *Холивуд пере най-добре. Азбука на рекламата в бизнеса и политиката*, София, 1991 г.
8. Стойков, Л. „Планиране и конструиране на медийния имидж”, <http://alternativi.unwe.acad.bg/br28/03.pdf>
9. Стоянов, Л., „Как да използваме социалните медии за градене на имидж”, 12 април, 2010, <http://stoqnov.biz/708/>
10. Schawbe, D., “Personal Branding”, Feb. 5, 2009, <http://mashable.com/2009/02/05/personal-branding-101/>