

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Наумова Наталия Александровна
Должность: Ректор
Дата подписания: 24.10.2024 14:21:41
Уникальный программный ключ:
6b5279da4e034bffa679172803da5b7b559f26892

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

«ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРОСВЕЩЕНИЯ»
(ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРОСВЕЩЕНИЯ)

Экономический факультет

Кафедра профессионального и технологического образования

УТВЕРЖДЕН

на заседании кафедры

Протокол от «13» июня 2023 г., № 18

Заведующий кафедрой  Корецкий М.Г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

По дисциплине

Педагогический имидж и профессиональная этика педагога

Направление подготовки

44.03.05 – Педагогическое образование

Профиль:

Технологическое образование (проектное обучение)
и образовательная робототехника

Квалификация (степень) выпускника

Бакалавр

Форма обучения

Очная

Мытищи

2023

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Этапы формирования компетенции	Формы учебной работы по формированию компетенций в процессе освоения образовательной программы
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).	Когнитивный	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа
	Операционный	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа
	Деятельностный	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).

Этапы формирования компетенции	Уровни освоения составляющей компетенции	Описание показателей	Критерии оценивания	Шкала оценивания
Когнитивный	пороговый	Знание основ осуществления деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).	Общие знания основ осуществления деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).	41-60
	продвинутый	Знание основ осуществления деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).	Всесторонние знания основ осуществления деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).	81 – 100

Операционный	пороговый	Умение в осуществлении деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).	Низкий уровень сформированности умений в осуществлении деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).	41-60
	продвинутый	Умение в осуществлении деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).	Высокий уровень сформированности умений в осуществлении деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).	81 – 100
Деятельностный	пороговый	Владение первоначальным опытом осуществления деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).	Владение первоначальным опытом осуществления деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).	41-60
	продвинутый	Владение первоначальным опытом осуществления деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).	Накопление широкого опыта осуществления деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).	81 – 100

Шкала оценивания доклада

Критерии оценивания	Баллы
Свободное изложение и владение материалом. Полное усвоение сути проблемы, достаточно правильное изложение теории и методологии, анализ фактического материала и чёткое изложение итоговых результатов, грамотное изложение текста. Доклад сопровождается интересной презентацией.	25-30
Достаточное усвоение материала. Суть проблемы раскрыта, аналитические материалы, в основном, представлены; описание не содержит грубых ошибок; основные выводы изложены и, в основном, осмыслены. Доклад сопровождается короткой презентацией.	10-24
Поверхностное усвоение теоретического материала. Недостаточный анализ анализируемого материала. Суть проблемы изложена нечётко; в использовании понятийного аппарата встречаются несущественные ошибки; основные результаты изложены и, в основном, осмыслены. Доклад не сопровождается презентацией.	2-9

Неудовлетворительное усвоение теоретического и фактического материала по проблемам научного исследования. Суть проблемы и выводы изложены плохо; в использовании понятийного аппарата встречаются грубые ошибки; основные выводы изложены и осмыслены плохо.	0-1
--	-----

Шкала оценивания конспекта

Критерии оценивания	Баллы
конспект подготовлен по теме изучения (по всем темам)	10-20
конспект подготовлен по теме изучения (не всем темам)	2-9
конспект отсутствует	0-1

Шкала оценивания теста

За семестр предусмотрено 2 теста – 20 баллов.

Критерии оценивания	Баллы
85% – 100% правильных ответов	8-10
66% – 84% правильных ответов	5-7
50% – 65% правильных ответов	2-4
менее 50% правильных ответов	0-1

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные темы для конспектирования

1. Имиджелогия - отрасль современного человековедения.
2. Определение понятия имиджелогии, образа, облика.
3. Компоненты имиджа личности.
4. Теоретические основания имиджа.
5. Принципы имиджелогии.
6. Приоритетные функции имиджа (ценностные, технологические).
7. Закономерности формирования и функционирования имиджа.
8. Роль средств массовой информации в формировании социальной реальности. Особенности применения печатных (книги, газеты, журналы) и электронных (радио, телевидение, Интернет) средств массовой информации.
9. Имидж руководителя. Компоненты имиджа руководителя: личностный, социальный, профессиональный.
10. Структура и типология имиджа. Когнитивный, аффективный и поведенческий компоненты имиджа.
11. Виды объектов имиджа: личность, организация, группа, товар (торговая марка).
12. Имидж как составная часть культуры делового общения.
13. Критерии эффективности индивидуального имиджа.
14. Корпоративный имидж. Понятие корпоративного имиджа. Роль имиджа учреждения (организации, формы) в условиях современного рынка услуг.
15. Внешний и внутренний имидж организации. Связь внутреннего имиджа с корпоративной культурой.
16. Основные мероприятия по совершенствованию имиджа.
17. Составляющие имиджа современного педагога.

18. Индивидуальный и профессиональный имидж педагога.

Примерные темы докладов

1. Определение понятия имиджологии, образа, облика. Имидж и маска.
2. Компоненты имиджа личности.
3. Основные условия формирования имиджа.
4. Имидж как одаренность. "Я- концепция".
5. Имидж-эффект. Имидж и символ. Разновидности имиджа.
6. Приоритетные функции имиджа (ценностные, технологические).
7. Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа.
8. Роль механизмов социально-психологического влияния в процессе формирования имиджа.
9. Этические проблемы деятельности имиджмейкера по формированию имиджа клиента.
10. Формирование имиджа как субъект - субъектное взаимодействие.
11. Формирование имиджа как создание социальной реальности в сознании людей.
12. Общественное мнение общественное сознание.
13. Когнитивные процессы в основе формирования имиджа.
14. Социальные стереотипы и установки.
15. Формирование имиджа в среде массовой коммуникации.
16. Роль средств массовой информации в формировании социальной реальности.
17. Методы преподавания имиджологии как учебного предмета.
18. Технология имиджирования: позиционное представление презентации.
19. Стратегии и тактики построения имиджа. Виды имиджирующей информации
20. Направления использования формирования имиджа (оказание индивидуальных услуг, VIP, участие в рекламной деятельности, работа в системе связей с общественностью, политическое консультирование).
21. Стихийность и целенаправленность в формировании имиджа.
22. Характеристика этапов формирования имиджа: изучение объекта, оценка аудитории, коррекция характеристик объекта, символизация, позиционирование, презентация имиджа.

Примерный тест

Во всех тестовых заданиях необходимо выбрать правильный ответ / ответы.

1. *Имиджология – это ...*

- а. наука манипулирования сознанием людей;
 - б. наука о технологии построения имиджа, выделяющая основные аспекты обаятельного облика;
 - в. наука формирования собственного стиля поведения, одежды, речи и т.д.;
 - г. наука о человеке, его смысле жизни и назначении.
2. *Понятие «имидж» подразумевает...*
- а. внешний облик индивида (его физические данные, одежда, аксессуары);
 - б. стиль поведения человека;
 - в. репутацию конкретного человека, сформированную в процессе общения между людьми;
 - г. целостное представление об образе, которое остается в сознании людей.
- наука манипулирования сознанием людей.

3. *Завершите фразу: «Искусственный образ, создаваемый в общественном или индивидуальном сознании индивидами, средствами массовой коммуникации и психологического воздействия с целью формирования у общественности, отдельной социальной группы определённого отношения к объекту - это _____».*

4. *Какова главная цель создания имиджа?*

- а. стать профессионалом;
- б. реализовать себя как личность;
- в. ввести в заблуждение окружающих;
- г. соответствовать потребностям общества.

5. Установите соответствие: к каждой позиции, данной в первом столбце, подберите соответствующую позицию из второго столбца.

Определение видов имиджа	Виды имиджа
а. имидж, свойственный нашему представлению о себе; б. имидж, характерный для взгляда со стороны; в. имидж, отражающий то, к чему мы стремимся; г. имидж организации в целом, а не каких-то отдельных подразделений или результатов её работы.	1. корпоративный; 2. текущий; 3. желаемый; 4. зеркальный.

Запишите в таблицу выбранные цифры.

а	б	в	г

6. Какие технологии используются в имиджировании?

- а. самоорганизации;
- б. самообразования;
- в. омолаживания;
- г. самопрезентации.

7. Специалиста, занимающегося практическим формированием или коррекцией имиджа человека, предмета, системы, принято называть...

- а. имиджеологом;
- б. дизайнером;
- в. стилистом;
- г. имиджмейкером.

8. Социальная группа, для которой создается имидж – это:

- а. реципиент имиджа;
- б. аудитория имиджа;
- в. субъект имиджа;
- г. социум.

9. Что из перечисленного имеет важное значение для создания имиджа?

- а. умение признавать свои допущенные ошибки;
- б. соблюдение принятых социальных норм;
- в. верность своим принципам, несмотря на противоположные мнения других;
- г. чуткое отношение к нуждам других;

10. Хороший вкус – это:

- стиль;
- яркость;
- мода.

11. Тип имиджа, отражающий наш идеал, то к чему мы стремимся:

- а. желаемый;
- б. текущий;
- в. зеркальный;
- г. личностный.

12. Тип имиджа, характеризующий систему представлений об образе конкретного человека:

- а. личностный;
- б. корпоративный;
- в. текущий;
- г. зеркальный.

13. Имидж, который образуется при наличии ряда независимых структур вместо единой корпорации:

- а. множественный;
- б. корпоративный;
- в. личностный;
- г. желаемый.

14. Образ мыслей, интеллект, интересы, ценности, хобби относятся к составляющей имиджа:

- а. внутренней;
- б. внешней;
- в. процессуальной;
- г. множественной.

15. Внешние составляющие имиджа – это:

- а. прическа;
- б. интеллект;
- в. хобби;
- г. голос.

16. Внутренние составляющие имиджа – это:

- а. прическа;
- б. интеллект;
- в. хобби;
- г. голос.

17. Эффект восприятия, основанный на сопоставлении аудиторией миссии, целей и реальной работы субъекта или организации:

- а. легенда;
- б. миссия;
- в. Я-структура;
- г. стереотип.

18. Акт самовыражения и поведения, направленный на то, чтобы создать благоприятное впечатление, соответствующее чьим-либо идеалам:

- а. самопрезентация;
- б. стереотип;
- в. социальный статус;
- г. функция имиджа.

19. Вербальным имиджем человека является:

- а. устная речевая продукция;
- б. письменная речевая продукция;
- в. устная и письменная речевая продукция;
- г. поведение.

20. Невербальным имиджем человека является:

- а. устная речевая продукция;
- б. письменная речевая продукция;
- в. устная и письменная речевая продукция;
- г. поведение.

21. Средовым имиджем человека является:

- а. его овеществленная продукция – предметы, вещи, которые он сделал, создал;
- б. созданная им искусственно среда обитания;
- в. его внешность;
- г. его поведение.

22. Габитарным имиджем человека является:

- а. его поведение;
- б. его внешность;

в. созданная им искусственно среда обитания;

г. его речевая продукция.

23. Овеществленным имиджем человека является:

а. созданная им искусственно среда обитания;

б. его внешность;

в. его овеществленная продукция – предметы, вещи, которые он создал;

г. его поведение.

24. В социальном аспекте составляющие индивидуального имиджа выражают:

а. личностные характеристики;

б. уровень культуры;

в. уровень благосостояния;

г. силу воли.

25. Основой корпоративного имиджа являются:

а. корпоративная философия;

б. корпоративная общественность;

в. руководитель организации;

г. позиционирование организации.

26. Основой корпоративной культуры являются:

а. позиционирование организации;

б. руководство организацией;

в. корпоративная миссия;

г. корпоративные стандарты.

27. Имидж педагога:

а. прическа; интеллект; хобби; голос.

б. внешние и внутренние характеристики, которые играют важную роль в его профессиональной деятельности.

в. внешний облик, стиль поведения; репутация;

г. поведение, внешность; созданная им искусственно среда обитания.

28. Структурные компоненты имиджа учителя:

а. самоорганизация, самообразование, самопрезентация;

б. умение признавать свои ошибки, соблюдение принятых социальных норм, верность своим принципам, чуткое отношение к нуждам других;

в. индивидуальные и личностные качества, коммуникативные, особенности профессиональной деятельности и поведения;

г. устоявшиеся в обществе принципы, нормы, правила поведения; осмысление ценности не только самого себя, но и других.

29. Как соотносятся между собой методы и стратегии развёртывания имиджа?

а. набор методов и есть стратегия;

б. с помощью методов невозможно управлять имиджем, с помощью стратегии — это осуществимо;

в. стратегии связаны с необходимостью управления имиджем, методы обеспечивают их реализацию;

г. методы реализуются в жизни, стратегия представляет собой умозрительную конструкцию.

30. Установите соответствие характеристик частных имиджей(к каждой позиции, данной в первом столбце, подберите соответствующую позицию из второго столбца).

Частные имиджи	Характеристики
а. среды обитания;	1. устная и письменная речь;
б. габитарный имидж;	2. мебель, здание;
в. вербальный имидж;	3. язык телодвижений;
г. невербальный имидж.	4. предметы, произведения, созданные человеком.

Запишите в таблицу выбранные цифры.

а	б	в	г

Примерный список вопросов к экзамену

1. Определение понятия имиджелогии. Компоненты имиджа личности.
2. Основные условия формирования имиджа.
3. Имидж как одаренность. "Я- концепция".
4. Имидж-эффект. Имидж и символ. Разновидности имиджа.
5. Принципы имиджелогии.
6. Приоритетные функции имиджа (ценностные, технологические).
7. Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа.
8. Роль механизмов социально-психологического влияния в процессе формирования имиджа.
9. Этические проблемы деятельности имиджмейкера по формированию имиджа клиента.
10. Формирование имиджа как субъект - субъектное взаимодействие и как создание социальной реальности в сознании людей.
11. Общественное мнение общественное сознание.
12. Когнитивные процессы в основе формирования имиджа.
13. Социальные стереотипы и установки.
14. Психологический механизм принятия информации.
15. Формирование имиджа в среде массовой коммуникации. Роль средств массовой информации в формировании социальной реальности.
16. Технология имиджирования.
17. Стратегии и тактики построения имиджа. Виды имиджирующей информации.
18. Направления использования формирования имиджа.
19. Выявление имиджевых качеств объекта.
20. Понятия индивида и индивидуальности.
21. Внешняя и внутренняя мотивация по созданию имиджа.
22. Оригинальный и наведенный виды имиджа.
23. Я-концепция и Я-образ. Взаимоотношения имиджа Я-реального, Я-идеального.
24. Типологии личности как основа для оценки имиджевой предрасположенности потребителей.
25. Тело, лицо, поведение человека как объект его имиджа.
26. Закономерности зрительно восприятия лица фигуры человека. Характеристика стилей одежды.
27. Самопрезентация. Факторы восприятия личности в общественном сознании.
28. Понятие и сущность имиджа педагога.
29. Социально-психологический аспект имиджа педагога.
30. Роль имиджа современного педагога в организации педагогической деятельности.
31. Составляющие имиджа современного педагога. Модель имиджа педагога.
32. Понятие корпоративного имиджа.
33. Роль имиджа учреждения (организации, формы) в условиях современного рынка услуг.
34. Характеристика фирмы, организации с учетом ее функциональных связей и решаемых задач.
35. Внешний и внутренний имидж. Связь внутреннего имиджа с корпоративной культурой.
36. Имидж руководителя в структуре имиджа учреждения.

37. Роль внешних атрибутов образовательного учреждения: эмблема, девиз. Критерии и показатели эффективности формирования имиджа.
38. Алгоритм совершенствования имиджа.
39. Основные мероприятия по совершенствованию имиджа.
40. Подходы в маркетинге и менеджменте к созданию имиджа товара. Психологическое исследование потребительской аудитории.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Шкала оценивания экзамена

25-30 баллов - устный ответ на вопросы констатирует прочные, четкие и уверенные знания о технологии лазерной обработки материалов, которые могут быть использованы для научной, образовательной, культурно-просветительской сферы. Студент уверенно демонстрирует навыки работы с этими технологиями, показывая умение анализировать полученные знания и подбирать наиболее рациональные приемы для выполнения поставленной задачи.

15-24 балла - устный ответ на вопросы констатирует уверенные знания о технологии лазерной обработки материалов, которые могут быть использованы для научной, образовательной, культурно-просветительской сферы. Присутствуют незначительные погрешности, неточности в изложении теоретического материала. Студент демонстрирует навыки работы с основными технологиями, показывая умение анализировать полученные знания и подбирать наиболее рациональные приемы для выполнения поставленной задачи.

9-14 баллов – в устном ответе на теоретические вопросы представлены некоторые знания о технологии лазерной обработки материалов, которые могут быть использованы для научной, образовательной, культурно-просветительской сферы. Устный ответ на вопросы показывает отдельные пробелы в знаниях студента. Студент демонстрирует навыки работы с наиболее важными технологиями.

4-8 баллов – устный ответ на теоретические вопросы содержит грубые ошибки в изложении теоретического материала, которые показывают значительные пробелы в знаниях студента.

- не аттестовано (0-3 баллов) – студент объявляет о незнании ответа на поставленные теоретические вопросы

Итоговый балл по дисциплине «Педагогический имидж и профессиональная этика педагога»

Составляющие (зачетного) итогового балла	Баллы
Доклад	До 30 баллов
Тест	До 20 баллов
Конспект	До 20 баллов
Экзамен	До 30 баллов

Итоговая шкала оценивания по дисциплине

При выставлении итоговой оценки преподавателем учитывается работа студента в течение всего срока освоения дисциплины, а также баллы, полученные на промежуточной аттестации.

Цифровое выражение	Выражение в баллах	Словесное выражение	Описание оценки в требованиях к уровню и объему компетенций
--------------------	--------------------	---------------------	---

	БРС		
5	81-100	Отлично	Освоен продвинутый уровень всех составляющих компетенций: УК-4
4	61-80	Хорошо	Освоен повышенный уровень всех составляющих компетенций: УК-4
3	41-60	Удовлетворительно	Освоен базовый уровень всех составляющих компетенций: УК-4
2	до 40	Неудовлетворительно	Не освоен базовый уровень всех составляющих компетенций: УК-4