

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Наумова Наталия Александровна
Должность: Ректор
Дата подписания: 21.09.2026 10:12:00
Уникальный программный ключ:
6b5279da4e034bffa679172803da5b7b559fc69e2

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРОСВЕЩЕНИЯ»
(ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРОСВЕЩЕНИЯ)

Факультет психологии
Кафедра психологии труда и психологического консультирования

УТВЕРЖДЕН
На заседании кафедры психологии труда и
психологического консультирования
Протокол от «20» февраля 2026
Зав.кафедрой _____
/Кутергина И.Г/

**ФОНД
ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

по дисциплине
Психология имиджа

Направление подготовки 37.04.01 Психология
Программа подготовки Психология организаций и бизнеса

Москва
2026

Содержание

1.Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	2
2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	3
3. Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	6
4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	9

1. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

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

Код и наименование компетенции	Этапы формирования
УК-6 Способен осуществлять экспертно-консультативную деятельность.	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа.
СПК-3 Способен разрабатывать и реализовывать программы психологического сопровождения	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа.
СПК-5 Способен планировать и осуществлять деятельность по развитию персонала организации.	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа.

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

Оцениваемые компетенции	Уровень сформированности	Этап формирования	Описание показателей	Критерии оценивания	Шкала оценивания
УК-6	Пороговый	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа	Знать основные теории и модели психологии имиджа, социальной перцепции, корпоративной репутации и HR-брендинга; нормативно-правовые и этические рамки управления имиджем. Уметь: проводить комплексную диагностику имиджа организации; анализировать данные о восприятии компании внешними и внутренними стейкхолдерами; формулировать экспертные рекомендации по оптимизации корпоративных коммуникаций	Устный опрос,, презентация, тестирование, работа на практических занятиях	Шкала оценивания устного опроса Шкала оценивания презентации Шкала оценивания тестовых работ Шкала оценивания работы на практических занятиях
	Продвинутый	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа.	Знать основные теории и модели психологии имиджа, социальной перцепции, корпоративной репутации и HR-брендинга; нормативно-правовые и этические рамки управления имиджем. Уметь: проводить комплексную диагностику имиджа организации; анализировать данные о восприятии компании внешними и внутренними стейкхолдерами; формулировать экспертные рекомендации по	Устный опрос,, презентация, тестирование, работа на практических занятиях	Шкала оценивания устного опроса Шкала оценивания презентации Шкала оценивания тестовых работ

			оптимизации корпоративных коммуникаций. Владеть: методами экспертно-консультативного интервьюирования; навыками проектирования имиджевых стратегий; методами междисциплинарного анализа организационной репутации.		Шкала оценивания работы на практических занятиях
СПК -3	Пороговый	1.Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа.	Знать: психологические механизмы формирования внутреннего имиджа и HR-бренда; типологию техник влияния, применяемых в PR-процессах и управлении лояльностью персонала. Уметь: проектировать программы психологического сопровождения формирования HR-бренда с учетом факторов корпоративной культуры; выбирать адекватные методы воздействия на различные целевые группы внутри и вне организации.	Устный опрос,, презентация, тестирование, работа на практических занятиях	Шкала оценивания устного опроса Шкала оценивания презентации Шкала оценивания тестовых работ Шкала оценивания работы на практических занятиях
	Продвинутый	1.Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа.	Знать: психологические механизмы формирования внутреннего имиджа и HR-бренда; типологию техник влияния, применяемых в PR-процессах и управлении лояльностью персонала. Уметь: проектировать программы психологического сопровождения формирования HR-бренда с учетом факторов корпоративной культуры; выбирать адекватные методы воздействия на различные целевые группы внутри и вне организации. Владеть: технологиями фасилитации имиджевых изменений; навыками конструирования тренинговых программ по развитию корпоративной идентичности; методами оценки эффективности имиджевых программ.	Устный опрос,, презентация, тестирование, работа на практических занятиях	Шкала оценивания устного опроса Шкала оценивания презентации Шкала оценивания тестовых работ Шкала оценивания работы на практических занятиях
СПК-5	Пороговый	1.Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа.	Знать: — основные теоретические подходы к изучению имиджа в организации; — структуру и компоненты имиджа, сотрудника и руководителя; — связь имиджа с эффективностью профессиональной деятельности. Уметь: — анализировать имиджевые характеристики персонала организации;	Устный опрос,, презентация, тестирование, работа на практических занятиях	Шкала оценивания устного опроса Шкала оценивания презентации Шкала оценивания тестовых работ

			– определять направления развития имиджа сотрудников в рамках кадровой политики.		Шкала оценивания работы на практических занятиях
	Продвинутый	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа.	Знать: – технологии формирования и коррекции имиджа персонала; – методы оценки имиджевых компетенций сотрудников; – современные тренды в области развития корпоративного и индивидуального имиджа. Уметь: – разрабатывать программы развития имиджа для различных категорий персонала; – внедрять мероприятия по совершенствованию имиджа в систему обучения и развития персонала. Владеть: – навыками планирования и организации тренингов по имиджелогии; – методами обратной связи и оценки эффективности программ развития имиджа.	Устный опрос,, презентация, тестирование, работа на практических занятиях	Шкала оценивания устного опроса Шкала оценивания презентации Шкала оценивания тестовых работ Шкала оценивания работы на практических занятиях

Шкала оценивания устного опроса

Уровень оценивания	Критерии оценивания	Баллы
Устный опрос	Свободное владение материалом	5
	Достаточное усвоение материала	4
	Поверхностное усвоение материала	3
	Неудовлетворительное усвоение материала	2

Шкала оценивания доклада

Уровень оценивания	Критерии оценивания	Баллы
Доклад	Соответствие содержания теме доклада; глубина проработки материала; грамотность и полнота использования источников; грамотность речи и владение текстом доклада	10
	Соответствие содержания теме доклада; глубина проработки материала; использовано недостаточное количество источников; грамотность речи и владение текстом доклада	7
	Соответствие содержания теме доклада; не достаточная глубина проработки материала; использовано недостаточное количество источников; грамотность речи и владение текстом доклада	4

	Несоответствие содержания теме доклада; не достаточная глубина проработки материала; использовано недостаточное количество источников; недостаточное владение текстом доклада	0
--	---	---

Шкала оценивания презентации

Уровень оценивания	Критерии оценивания	Баллы
Презентация	Соответствие содержания теме; правильная структурированность информации; эстетичность оформления	10
	Соответствие содержания теме; правильная структурированность информации; недостаточная эстетичность в оформлении	7
	Соответствие содержания теме; отсутствует структурированность информации; недостаточная эстетичность в оформлении	4
	Несоответствие содержания теме; отсутствует структурированность информации; недостаточная эстетичность в оформлении	0

Шкала оценивания работы на практических занятиях

Критерии оценивания	Баллы
Высокая степень релевантности содержания заявленной теме; большая глубина проработки материала; высокое качество источников информации: использованы учебники, реферируемые журналы, учебные пособия, диссертации, нормативные документы; грамотность письменной речи, работа выполнена в срок	5
Высокая степень релевантности содержания заявленной теме; большая глубина проработки материала; высокое качество источников информации: использованы учебники, реферируемые журналы, учебные пособия, диссертации, нормативные документы; грамотность письменной речи, работа выполнена не в срок	4
Соответствие содержания заявленной теме; поверхностно проработан материал; приемлемое качество источников информации, работа выполнена в срок	3
Соответствие содержания заявленной теме; поверхностно проработан материал; приемлемое качество источников информации, работа выполнена не в срок	2

Шкала оценивания тестовых работ

Оценка за контроль компетенций студентов производится по 5-балльной системе. При выполнении заданий ставится отметка.

Критерии оценивания	Баллы
правильное выполнение более 85% тестовых заданий	
70-85% правильно выполненных тестовых заданий	
50-70% правильно выполненных тестовых заданий	
Менее 50% правильно выполненных тестовых заданий	

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 задания для устных опросов

1. Дайте определение понятиям «имидж организации», «репутация» и «HR-бренд». В чем их принципиальные различия?
2. Опишите базовые модели имиджа (Э. Шейн, К. Боулдинг). Как они адаптируются к современной бизнес-среде?
3. Что такое внешний и внутренний контуры имиджа организации? Приведите примеры.
4. Раскройте понятие «визуальная идентификация организации». Какие элементы в нее входят?
5. Охарактеризуйте «вербальную идентификацию организации». Приведите примеры успешных и неудачных решений.
6. Как психология восприятия бренда влияет на поведение потребителей, инвесторов и партнеров?
7. Что такое антикризисное управление репутацией? Назовите основные этапы.
8. Дайте определение корпоративной культуре. Как она связана с имиджем организации?
9. Как имидж работодателя (HR-бренд) влияет на мотивацию, лояльность и идентификацию сотрудников?
10. Назовите основные методы психологической диагностики имиджа организации.
11. Каковы этические границы в управлении репутацией? В чем разница между этичным управлением и манипуляцией?
12. Опишите специфику управления цифровым имиджем организации в социальных сетях.
13. Какие правовые аспекты необходимо учитывать при применении психодиагностики в PR?
14. Как формирование HR-бренда влияет на текучесть кадров? Приведите примеры.

Примерная тематика докладов

1. Сравнительный анализ моделей имиджа Э. Шейна и К. Боулдинга.
2. Эволюция понятия «имидж организации» в современной психологии.
3. Визуальная идентификация компании как фактор формирования доверия потребителей.
4. Психология восприятия бренда: когнитивные и эмоциональные механизмы.
5. Антикризисное управление репутацией: зарубежный и отечественный опыт.
6. Влияние корпоративной культуры на лояльность персонала.
7. HR-бренд как инструмент удержания талантов: психологические механизмы.
8. Этические дилеммы в управлении корпоративным имиджем.
9. Цифровой имидж организации: риски и возможности.
10. Методы психологической диагностики HR-бренда: обзор и сравнительная характеристика.
11. Манипуляция vs этичный PR: границы допустимого в управлении репутацией.
12. Роль первого лица организации в формировании корпоративного имиджа.
13. Управление внутренним имиджем при переходе компании на удаленный формат работы.
14. Психология потребительского восприятия ребрендинга.
15. Сотрудники как амбассадоры бренда: программа внутреннего PR.

Примерная тематика презентаций

1. Разбор реального кейса антикризисного управления репутацией (3-5 минут видео).
2. Сравнительный анализ визуального имиджа двух компаний-конкурентов.
3. Видео-эссе «Этические дилеммы имиджмейкера в современной организации».
4. Разбор фрагмента публичного выступления CEO с анализом невербального имиджа.
5. Презентация авторской методики диагностики HR-бренда.
6. Видео-обзор научной статьи по психологии корпоративной культуры.
7. Разбор кейса цифрового имиджа компании в социальных сетях.
8. Презентация результатов мини-исследования «Восприятие имиджа работодателя глазами студентов».
9. Анализ успешного ребрендинга отечественной компании.
10. Сравнение стратегий управления репутацией в B2B и B2C сегментах.

Примерные тестовые задания

1. Соотнесите автора и основную концепцию (модель имиджа/культуры):

1. Э. Шейн
 2. К. Боулдинг
 3. Е.Б. Перельгина
- А. Уровневая модель имиджа организации
 - Б. Модель организационной культуры
 - В. Имидж как образ, формируемый коммуникацией

2. Выберите правильный ответ: Внутренний контур имиджа организации включает:

- А) Визуальную идентификацию (логотип, фирменный стиль)
- Б) HR-бренд и корпоративную культуру
- В) Отношения с инвесторами и партнерами

3. Верно/Неверно: HR-бренд влияет только на внешнее восприятие компании кандидатами, но не влияет на лояльность уже работающих сотрудников.

4. Дополните предложение: Совокупность материальных и нематериальных благ, которые компания предлагает своим сотрудникам в обмен на их труд и лояльность, называется _____.

5. Установите последовательность этапов антикризисного управления репутацией:

- А) Реализация антикризисной стратегии
- Б) Мониторинг информационного поля (Big Data / СМИ / соцсети)
- В) Посткризисный анализ и восстановление репутации
- Г) Идентификация угрозы и разработка сценариев

6. Какая техника относится к манипулятивным практикам в HR-брендинге?

- А) Информирование о реальных условиях труда
- Б) Создание искусственного ажиотажа при найме
- В) Проведение анонимного опроса удовлетворенности

7. Дайте краткий ответ: В чем разница между понятиями «имидж» и «репутация» организации?

Примерные задания практических занятий

Темы групповых проектов (разработка программ управления имиджем / HR-брендом)

*Формат: работа в малых группах (3-5 человек), результат — защита проекта.

1. Разработка программы формирования HR-бренда для IT-стартапа в условиях высокой конкуренции за кадры.
2. Проектирование стратегии управления репутацией компании в период слияния и поглощения (M&A).
3. Создание программы антикризисного управления имиджем производственного предприятия после экологического инцидента.
4. Разработка стратегии имиджевого позиционирования компании для выхода на международный рынок.
5. Проектирование программы развития корпоративной идентичности в государственной

организации.

6. Создание программы управления внутренним имиджем при переходе компании на удаленный формат работы.
7. Разработка стратегии имиджевого сопровождения запуска нового продукта на рынок B2B.
8. Проектирование программы повышения лояльности персонала через развитие внутреннего HR-бренда.
9. Разработка стратегии управления деловой репутацией консалтинговой компании.
10. Создание программы имиджевой реабилитации бренда после негативного медиа-скандала.

Темы индивидуальных проектов (разработка тренинговых программ)

Формат: индивидуальная разработка программы тренинга с презентацией.

1. Тренинг «Этика имиджмейкинга: как управлять репутацией без манипуляции».
2. Тренинг «Формирование лояльности персонала через корпоративную идентичность».
3. Тренинг «Невербальная коммуникация и деловой имидж руководителя».
4. Тренинг «Антикризисные коммуникации: психология работы со СМИ и стейкхолдерами».
5. Тренинг «HR-бренд как инструмент удержания талантов».
6. Тренинг «Управление впечатлением в цифровой среде: корпоративный имидж в соцсетях».
7. Тренинг «Диагностика корпоративной культуры и имиджа работодателя».
8. Тренинг «Психология потребительского восприятия бренда».
9. Тренинг «Внутренний PR: как сделать сотрудников амбассадорами бренда».
10. Тренинг «Преодоление когнитивных искажений при формировании имиджа организации».

Кейсы (анализ ситуаций)

Кейс 1. «Разрыв внутреннего и внешнего имиджа»

Компания позиционирует себя как «семейный бизнес с заботой о людях», но по факту имеет жесткую систему штрафов и высокую текучесть. HR-директор просит психолога разработать программу выравнивания имиджа.

Задание: Продиагностировать риски, предложить 3-5 шагов по изменению реальных практик или коммуникации, обосновать этичность.

Кейс 2. «Токсичный лидер и имидж компании»

Топ-менеджер с выдающимися профессиональными качествами имеет репутацию тирана. Его публичные высказывания наносят ущерб HR-бренду.

Задание: Разработать стратегию работы с личным имиджем первого лица и минимизации репутационных потерь для компании.

Кейс 3. «Цифровой кризис»

В сети вирусным стало видео, где сотрудник компании в фирменной форме ведет себя неэтично в общественном месте.

Задание: Разработать алгоритм антикризисных психологических коммуникаций для внутренних и внешних стейкхолдеров.

Кейс 4. «Манипуляция при найме»

HR-отдел использует техники создания искусственного ажиотажа и скрытого давления на кандидатов, что приводит к быстрому выгоранию и увольнениям.

Задание: Разграничить манипуляцию и этичный HR-брендинг, разработать этический кодекс найма.

Кейс 5. «Смена идентички»

Компания проводит ребрендинг, меняя визуальный стиль и миссию. Сотрудники саботируют изменения, считая, что «старая культура была лучше».

Задание: Разработать программу психологического сопровождения изменений с фокусом на внутренний имидж.

Сценарии деловых игр и симуляций

Игра 1. «Антикризисный штаб»

Роли: Генеральный директор, PR-директор, HR-директор, организационный психолог.

Ситуация: В компанию произошла утечка компромата, информация распространяется в СМИ и

соцсетях.

Задача: Выработать стратегию поведения, распределить ответственность, подготовить ключевые сообщения для разных стейкхолдеров.

Игра 2. «Фокус-группа»

Ситуация: Компания хочет выявить скрытые ассоциации с брендом работодателя у студентов и молодых специалистов.

Задача: Смоделировать глубинное интервью, провести модерацию фокус-группы, проанализировать результаты.

Игра 3. «Экспертно-консультативная сессия»

Роли: Организационный психолог (консультант) и топ-менеджер (заказчик).

Ситуация: Заказчик обращается с запросом «улучшить имидж компании», но не понимает, какие именно проблемы существуют.

Задача: Психологу провести первичную диагностику имиджа, задать правильные вопросы, сформулировать гипотезы.

Игра 4. «Кейс-турнир „Этика имиджа“»

Формат: Соревновательное решение этических кейсов в формате дебатов. Команды получают кейс с этической дилеммой, готовят аргументы «за» и «против» определенного решения, защищают позицию.

Игра 5. «Презентация имиджевой стратегии»

Формат: Защита проекта перед «советом директоров» (преподаватель и приглашенные эксперты). Команда представляет разработанную имиджевую стратегию, отвечает на вопросы, получает обратную связь.

Примерные вопросы к зачету

1. Понятие имиджа, репутации и HR-бренда: сходства, различия, взаимосвязь.
2. Базовые модели имиджа (Э. Шейн, К. Боулдинг) и их адаптация к бизнес-среде.
3. Внутренний и внешний контуры имиджа организации: определение и компоненты.
4. Психологические механизмы формирования организационного имиджа.
5. Визуальная идентификация организации: элементы, функции, влияние на восприятие.
6. Вербальная идентификация организации: нейминг, слоганы, легенды бренда.
7. Психология восприятия бренда потребителями: когнитивные и эмоциональные механизмы.
8. Особенности восприятия имиджа организации инвесторами и партнерами.
9. Антикризисное управление репутацией: понятие, цели, этапы.
10. Психологические факторы формирования доверия к организации.
11. Влияние публичных выступлений первого лица на репутацию компании.
12. Цифровой имидж организации: специфика управления в социальных сетях.
13. Понятие HR-бренда. Психологические механизмы его формирования.
14. Влияние имиджа работодателя на мотивацию и лояльность сотрудников.
15. Корпоративная культура как основа внутреннего имиджа организации.
16. Модель организационной культуры Э. Шейна.
17. Сотрудники как амбассадоры бренда: психологические механизмы.
18. Управление внутренним имиджем при организационных изменениях.
19. Влияние стиля руководства на восприятие внутреннего имиджа.
20. Диагностика удовлетворенности и лояльности персонала.
21. Методы психологической диагностики имиджа организации.
22. Технологии фасилитации имиджевых изменений.
23. Принципы проектирования программ управления имиджем.
24. Программы психологического сопровождения формирования HR-бренда.
25. Этические границы управления репутацией: манипуляция vs этическое управление.
26. Этические дилеммы в практике имиджмейкера.
27. Правовые аспекты применения психодиагностики в PR и HR-брендинге.
28. Критерии и методы оценки эффективности имиджевых программ.
29. Этический кодекс специалиста по управлению корпоративным имиджем.

30. Разрыв внутреннего и внешнего имиджа: причины, риски, стратегии выравнивания.

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

Основными формами текущего контроля являются оценка устные опросы, подготовка докладов и презентаций, тестирование, практические занятия

Устный опрос - наиболее распространенный метод контроля знаний обучающихся. При устном опросе устанавливается взаимодействие между преподавателем и обучающимся, в процессе которого преподаватель получает широкие возможности для изучения индивидуальных возможностей усвоения учащимися учебного материала.

Презентация – форма текущего контроля, где, кроме умения работать с информацией, используются практические навыки по наглядному пространственному ее отображению.

Тестирование – форма текущего контроля, направленная на проверку знаний ключевых понятий организационной психологии.

Доклад – публичное сообщение на определенную тему, в процессе подготовки которого студент использует те или иные навыки исследовательской работы. Подготовка докладов предполагается по содержащимся в рабочей программе дисциплины темам.

Практическая работа – форма текущего контроля, в ходе которой студент решает прикладные правовые задачи, моделирующие деятельность организационного-психолога

Максимальное количество баллов, которое может набрать магистрант в течение семестра за текущий контроль, равняется 80 баллам.

Минимальное количество баллов, которые магистрант должен набрать в течение семестра за текущий контроль равняется 40 баллам.

Максимальная сумма баллов, которые магистрант может получить на зачете, равняется 20 баллам.

Формой промежуточной аттестации является зачет, которые проходит в форме устного собеседования по вопросам

Шкала оценивания зачета:

Баллы	Критерии оценивания
	магистрант показал в ответе в полном объеме знание теории вопроса, привел практические примеры, ответ хорошо структурирован по форме; магистрант показал в ответе знание теории вопроса, привел практические примеры, однако в структурном отношении ответ имеет погрешности
	магистрант допускал в ответе грубые ошибки в освещении теории вопроса с неточностями и/или не справился с задачей иллюстрации ответа практическими примерами, в структурном отношении ответ не продуман.

Итоговая шкала оценивания результатов освоения дисциплины

Итоговая оценка по дисциплине выставляется по приведенной ниже шкале. При выставлении итоговой оценки преподавателем учитывается работа обучающегося в течение освоения дисциплины, а также оценка по промежуточной аттестации.

Количество баллов	Оценка по традиционной шкале
	Зачтено
	Зачтено
	Зачтено
	Не зачтено