

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:
6b5279da4e034bfff679172803da5b7b559fc69e2

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ
Государственное образовательное учреждение высшего образования Московской области
МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ОБЛАСТНОЙ УНИВЕРСИТЕТ
(МГОУ)

Историко-филологический институт
Факультет русской филологии
Кафедра культуры речи и риторики

Согласовано управлением организации и
контроля качества образовательной
деятельности
«22» июня 2021 г.
Начальник управления _____

/ Г.Е. Суслин /

Одобрено учебно-методическим советом

Протокол «22» июня 2021 г. № 5

Председатель _____

/ О.А. Шестакова /

Рабочая программа дисциплины

Имиджелогия

Направление подготовки
45.03.01 Филология

Профиль:

Реклама и связи с общественностью

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очная

Согласовано учебно-методической
комиссией Историко-филологического
института

Протокол «17» июня 20 21 г. № 10

Председатель УМКом _____

/О.Н. Шапарина/

Рекомендовано кафедрой
культуры речи и риторики

Протокол от «10» июня 2021 № 11

Зав. кафедрой _____

/И.С. Папуша /

Мытищи
2021

Автор-составитель:

И.С. Папуша, доктор филологических наук,
заведующий кафедрой культуры речи и риторики

Рабочая программа дисциплины «Имиджелогия» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению 45.03.01 Филология, утвержденного приказом МИНОБРНАУКИ РОССИИ от 12.08.2020 г. № 986.

Дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, Блока 1. Дисциплины (модули) и является обязательной для изучения.

Реализуется в формате электронного обучения с применением дистанционных образовательных технологий.

Год начала подготовки 2021

СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
1. Планируемые результаты обучения	4
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы	5
3. Объем и содержание дисциплины	6
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся.....	9
5. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации по дисциплине	11
6. Учебно-методическое и ресурсное обеспечение дисциплины	30
7. Методические указания по освоению дисциплины	31
8. Информационные технологии для осуществления образовательного процесса по дисциплине	31
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины	32

1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Имиджелогия» является формирование компетенций в соответствии с требованиями ОП ВО по направлению подготовки 45.03.01 – Филология, профиль «Реклама и связи с общественностью»: научное обоснование и формирование у студентов понимания причин генезиса и развития науки имиджелогии в различных аспектах проявления, общих представлений о сущности профессионального имиджа, его теоретической и практической значимости и роли для достижения организационных целей, реализации личных целей и целей профессиональной карьеры, принципах и способах создания привлекательного профессионального имиджа, управления им для более успешного осуществления профессиональной деятельности, а так же искусство овладения техниками профессионального имиджа работников, профессиональная успешность.

Результаты освоения ОП ВО определяются приобретаемыми выпускником МГОУ компетенциями, то есть способностью выпускника применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности. Компетенции выпускника по направлению подготовки бакалавров непосредственно связаны с областью, объектами, видами и задачами профессиональной деятельности выпускника. Для успешной реализации этой задачи будущий выпускник должен получить в вузе речевую научную базу, чтобы в дальнейшем обладать устойчивыми компетенциями в области общения, так как данные навыки позволяют легко интегрироваться в речевые ситуации в динамично развивающихся реалиях современного общества.

Задачи дисциплины:

- формирование у студентов системы знаний по курсу;
- формирование у студентов представления об имиджеологии;
- развитие компетенций, предполагающих овладение способами создания и управления профессиональным имиджем, а также овладение навыками применения привлекательного профессионального имиджа;
- совершенствование у студентов навыков самоконтроля, самоорганизации, саморегуляции;
- формирование и совершенствование умения качественно анализировать и оценивать свои профессиональные действия,
- использование специфики имиджелогии как науки и искусства нравиться людям для успешного построения моделей профессионального имиджа в профессии, бизнесе и личной жизни.

1.2. Планируемые результаты обучения

В результате освоения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

ДПК – 5. Способен осуществлять редакторскую деятельность по подготовке медиатекста, обеспечивать создание и эффективное управление процессами модерации, разрабатывать и реализовывать комплекс мер и подходов к управлению Интернет-ресурсами.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, Блока 1. Дисциплины (модули) и является обязательной для изучения.

Курс «Имиджелогия» предполагает дать обучающимся систематизируемые знания по вопросам, связанным с коммуникативной функцией языка, речевым поведением человека, с влиянием социальных, этнических и различных культурных факторов на те или иные участки языковой системы в коммуникативном аспекте.

Дисциплина «Имиджелогия» предполагает углубить компетенции бакалавров в области норм современного русского литературного языка, умения ориентироваться в тонкостях имиджа и его разновидностях, владеть категориальным и терминологическим аппаратом филологической науки, особенностями публичной речи.

Дисциплина «Имиджелогия» тесно связана с дисциплинами учебного плана. Среди них: «Основы теории речевого воздействия», «Культура речевого поведения», «Речевой этикет», «Аргументативная риторика» и другие.

3. ОБЪЁМ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Объем дисциплины

Показатель объема дисциплины	Форма обучения
	Очная
Объем дисциплины в зачетных единицах	2
Объем дисциплины в часах	72
Контактная работа:	36,2
Лекции	14
Практические занятия	22 (4 ¹)

¹ Реализуется в формате электронного обучения с применением дистанционных образовательных технологий.

Самостоятельная работа	28
Контактные часы на промежуточную аттестацию:	0,2
Зачет с оценкой	0,2
Контроль	7,8

Форма промежуточной аттестации: зачёт – 6-й семестр

3.2. Содержание дисциплины

Наименование разделов (тем) Дисциплины с кратким содержанием	Кол-во часов	
	Лекции	Практические занятия
Тема 1. Имиджелогия - отрасль современного человековедения. Введение в имиджелогию. Истоки имиджелогии.	2	
Тема 2. Определение понятия имиджелогии , образа, облика. Основные условия формирования имиджа. Имидж как одаренность. "Я-концепция". Самодвижущая сила.	2	
Тема 3. Имидж и символ. Разновидности имиджа. Обаяние – межличностная аттракция. Слагаемые привлекательности.		2
Тема 4. Специфика эффекта "личного обаяния". Человек - конструктор своего имиджа. Принципы имиджелогии. Приоритетные функции имиджа (ценностные, технологические).	2	
Тема 5. Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа. Роль механизмов социальнопсихологического влияния в процессе формирования имиджа.	2	2
Тема 6. Этические проблемы деятельности имиджмейкера по формированию имиджа клиента.	2	2 (2 ²)
Тема 7. Потребности как психологические предпосылки возникновения индустрии имиджа. Каналы передачи информации.	2	2
Тема 8. Тройственное понимание субъекта имиджа: субъект воспринимающий (аудитория), субъект транслирующий (прообраз) и субъект формирующий (имиджмейкер).	2	
Тема 9. Формирование имиджа как субъект-субъектное взаимодействие. Формирование имиджа как создание социальной реальности в сознании людей.		2(2 ³)
Тема 10. Общественное мнение и общественное сознание. Когнитивные процессы в основе формирования имиджа.		2

² Реализуется в формате электронного обучения с применением дистанционных образовательных технологий.

³ Реализуется в формате электронного обучения с применением дистанционных образовательных технологий.

Социальные стереотипы и установки. Значение и личностный смысл.		
Тема 11. Психологический механизм принятия информации и феномен когнитивного диссонанса. Виды психологических защит, блокирующих информационное воздействие.		2
Тема 12. Эффекты межличностного восприятия. Ошибки восприятия: их предупреждение и преодоление		2
Тема 13 Имидж политического лидера, руководителя и корпоративный имидж. Паблик Рилейшнз как технологический инструмент формирования имиджа политического лидера		2
Тема 14. Составляющие имиджа политического лидера: персональные качества, социальные характеристики, система идеологических взглядов, политических убеждений, представление политика о самом себе («Я-концепция»), стиль принятия решений, стиль межличностных отношений		2
Тема 15. Стереотипы и их роль в восприятии и создании имиджа политика (внешние данные, «эффект проецирования», «эффект ореола»).		2
Итого:	14	22 (4 ⁴)

4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Темы для самостоятельного изучения	Изучаемые вопросы	Количество часов	Формы самостоятельной работы	Методическое обеспечение	Формы отчетности
Тема 1. Имиджелогия - отрасль современного человековедения	Компоненты имиджа личности. Основные условия формирования имиджа. Теоретические основания имиджа.	2	Конспект литературы	Литература по основному и дополнительному списку	Подбор и обзор литературы. Конспект
Тема 2. Определение понятия имиджелогии	Компоненты имиджа. Когнитивный, аффективный и поведенческий компоненты имиджа. Сознательный и бессознательный уровни	2	Конспект литературы	Литература по основному списку	Конспект Реферат

⁴ Реализуется в формате электронного обучения с применением дистанционных образовательных технологий.

	функционирован ия имиджа. Функциональны е и психологические преимущества объекта.				
Тема 3. Имидж и символ.	Семиотические процессы формирования имиджа. Психологическа я структура и типология имиджа	2	Подготовка доклада	Литература по основному списку	Доклад
Тема 4. Специфика эффекта "личного обаяния".	Я-концепция и Я-образ. Типологии личности как основа для оценки имиджевой предрасположен ности потребителей. Тело, лицо, поведение человека как объект его имиджа. Закономерности зрительно восприятия лица фигуры человека. Характеристика стилей одежды. Критерии эффективности индивидуальног о имиджа	1	Конспект литературы	Литература по основному списку	Конспект
Тема 5. Социально- психологическ ие закономерност и формирования и функциониров ания имиджа.	Эффекты межличностного восприятия. Ошибки восприятия: их предупреждение и преодоление	2	Работа с использование м мультиме дийных источников, Интернета	Литература по основному и дополнитель ному списку	Подбор и обзор литературы. Конспект. Мультиме дийная презентация
Тема 6.	Совершенствова	1	Конспект	Литература	Конспект

Этические проблемы деятельности имиджмейкера по формированию имиджа клиента.	ние рефлексивноперцептивных способностей. Развитие способностей по диагностике и экспрессии эмоционального состояния.		литературы	по основному списку	
Тема 7. Потребности как психологическое предпосылки возникновения индустрии имиджа.	Тактики работы с имиджем. Четыре задачи связей с общественностью (И. Викентьев): позиционирование, возвышение имиджа, «снижение» имиджа, возвышение «уроненного» имиджа (контрреклама или контрпропаганда). Позиционирование: отбор, утрировка, перевод, вербализация, эмоционализация, мифологизация.	2	Работа с использованием мультимедийных источников, Интернета	Литература по основному и дополнительному списку. Электронные учебно-методические комплексы библиотеки	Подбор и обзор литературы. Конспект. Мультимедийная презентация
Тема 8. Тройственное понимание субъекта имиджа	Малая, средняя и большая социальные группы как аудитория имиджа. Массовая аудитория имиджа. Виды объектов имиджа: личность и организация.	2	Работа с использованием мультимедийных источников, Интернета	Литература по основному и дополнительному списку. Электронные учебно-методические комплексы библиотеки	Подбор и обзор литературы. Мультимедийная презентация.

Тема 9. Формирование имиджа как субъект-субъектное взаимодействие	Закономерности формирования и функционирования имиджа людей	2	Конспект литературы	Литература по основному и дополнительному списку	Подбор и обзор литературы. Конспект
Тема 10. Общественное мнение и общественное сознание.	Понятие социально-психологического влияния. Убеждение. Внушение. Самопродвижение, заражение, пробуждение импульса к подражанию, принуждение, деструктивная критика, игнорирование, манипуляция. Технологии нейролингвистического программирования.	2	Работа с использованием мультимедийных источников, Интернета	Литература по основному и дополнительному списку. Электронные учебно-методические комплексы библиотеки	Подбор и обзор литературы. Конспект. Мультимедийная презентация
Тема 11. Психологический механизм принятия информации и феномен когнитивного диссонанса	Стратегии и тактики построения профессионального имиджа. Этапы имиджевой кампании: «оценка аудитории», «изучение объекта», «коррекция характеристик объекта», «планирование», «символизация», «презентация имиджа».	2	Работа с использованием мультимедийных источников, Интернета	Литература по основному и дополнительному списку. Электронные учебно-методические комплексы библиотеки	Подбор и обзор литературы. Конспект. Мультимедийная презентация

Тема 12. Эффекты межличностно го восприятия.	Стратегия построения имиджа. Плюсы и минусы наличия стратегии. SWOT-анализ и его этапы. Особенности SO, ST, WO и WT-стратегий. Тактики работы с имиджем.	2	Работа с использование мультимедийн ых источников, Интернета	Литература по основному и дополнитель ному списку. Электронны е учебно- методически е комплексы библиотеки	Подбор и обзор литературы. Конспект. Мультимеди йная презентация
Тема 13. Имидж политического лидера, руководителя и корпоративны й имидж	Образ руководителя как часть корпоративного имиджа. Функции имиджа руководителя: мотивирующая и нормативная функции, функции представительст ва и позиционирован ия организации во внешней среде.	2	Работа с использование мультимедийн ых источников, Интернета	Литература по основному и дополнитель ному списку. Электронны е учебно- методически е комплексы библиотеки	Подбор и обзор литературы. Конспект. Мультимеди йная презентация
Тема 14. Составляющие имиджа политического лидера	Почтение по отношению к авторитетам в социальном контексте, имидж «авторитетного человека». Структура и компоненты имиджа руководителя. Модель внутреннего пространства личности. «Окно Джогарри»: открытая, «слепая», скрытая и неведомая зоны.	2	Работа с использование мультимедийн ых источников, Интернета	Литература по основному и дополнитель ному списку. Электронны е учебно- методически е комплексы библиотеки	Подбор и обзор литературы. Конспект. Мультимеди йная презентация

	Инструменты коррекции имиджа руководителя. Средства интернета для формирования имиджа. Технические средства самопрезентации : сайт, блог, подкастинг, социальные сети.				
Тема 15. Стереотипы и их роль в восприятии и создании имиджа	Привлекающие и отвлекающие внимание ситуации. Создание благоприятных контекстов: изменение понимания реципиентом событий, явлений и персон путем изменения их взаимосвязи. Коррекция профессионального имиджа.	2	Работа с использованием мультимедийных источников, Интернета	Литература по основному и дополнительному списку. Электронные учебно-методические комплексы библиотеки	Подбор и обзор литературы. Конспект. Мультимедийная презентация
Итого		28			

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

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

Код и наименование компетенции	Этапы формирования
ДПК 5 Способен осуществлять редакторскую деятельность по подготовке медиатекста, обеспечивать создание и эффективное управление процессами модерации, разрабатывать и реализовывать комплекс мер и подходов к управлению Интернет-ресурсами	1. Работа на учебных занятиях . 2. Самостоятельная работа.

5.2. 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
ДПК 5	Пороговый	1. Работа на учебных занятиях . 2. Самостоятельная работа.	Знать: теоретические основы имиджелогии; виды имиджа и его составляющие Уметь: определять основные проблемы при формировании профессионального индивидуально-личного и корпоративного имиджа;	Критериями оценивания являются знание специфики основных технологий менеджмента в различных сферах, в том числе в сфере образования, умение оценивать управленческие процессы с использованием инновационных технологий менеджмента в различных сферах, в том числе в сфере образования, владение способностью организовывать работу профессионального коллектива, поддерживать эффективные взаимоотношения	41-60

				шения в профессиональном коллективе, обеспечивать безопасные условия труда. Формами диагностики формирования компетенции и являются: опрос, доклад.	
	Продвинутый	1 Работа на учебных занятиях . 2.Самостоятельная работа.	<i>Знать:</i> теоретические основы имиджологии; виды имиджа и его составляющие <i>Уметь:</i> определять основные проблемы при формировании профессионального индивидуально го, личного и корпоративного имиджа; <i>Владеть:</i> методиками формирования позитивного индивидуально го и корпоративного профессионального имиджа в современных условиях..	Критериями оценивания являются знание правил и норм современного русского речевого этикета, способов создания текстов и построения публичных выступлений, умение адекватно определять, структурировать и анализировать различные типы речевых ситуаций, умение правильно и четко излагать свои мысли в соответствии и схемами	61-100

				инвенции, диспозиции и элокуции, владение навыками и умениями речевой деятельности и применительно к сфере бытовой и профессиональной коммуникации, основами публичной речи, представлениями о форме основных административно-деловых документов. Формами диагностики формирования компетенции и являются: опрос, доклад.	
--	--	--	--	---	--

5.3. 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

Контрольные вопросы для самоподготовки

1. Что такое имидж с точки зрения социальной психологии?
2. Охарактеризуйте понятия: «образ», «репутация», «авторитет».
3. Равнозначны ли понятия «имиджелогия» и «психология формирования имиджа».
4. Что такое имиджелогия? Чем она отличается от психологии имиджа?

5. Что такое имидж с точки зрения имиджологии?
6. Я – концепция и имидж – охарактеризуйте понятия.
7. Что такое феномен предрасположенности в пользу собственного Я?
8. Что такое самопрезентация?
9. Объясните понятие: «периферический ключевой стимул»?
10. Чем обусловлена множественность имиджей?
11. Перечислите прикладные направления исследования имиджа. Приведите примеры исследований.
12. Опишите функции личного (персонального) имиджа?
13. Дайте определение групповому имиджу.
14. Сравните корпоративный имидж с другими типами имиджа. Что общего и в чём различия между ними?
15. Из чего складывается корпоративная культура организации?

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.

Темы презентаций

1. «Предмет и законы имиджелогии. Имиджелогия в системе ИМК.
2. Основные понятия имиджелогии. Имиджмейкинг, имиджбилдинг.
3. Имидж как система и процесс. Формирование имидж-модели. Проблемы практической реализации имидж-модели.
4. Структура имиджа. Структурный подход к формированию имиджа.
5. Типология имиджей.
6. Функции персонального имиджа.
7. Функции имиджа организации.
8. Анализ имиджа конкретного исторического лица (власть, политика, искусство).
9. Генезис деятельности по формированию имиджа. Анализ имиджа социально-исторического типа (фараон, свободный гражданин, монах, рыцарь, буржуа и т.п.).
10. Эстетический аспект имиджа. Специфика эстетического компонента в имиджевом решении.
11. Психологический аспект персонального имиджа. Условия и предпосылки формирования эффективного персонального имиджа.
12. Имидж делового человека. Проблемы формирования и поддержания персонального имиджа в бизнес-среде.
13. Проблема соотношения имиджевых и этикетных требований в бизнес-сфере.
14. Роль корпоративной культуры в формировании имиджа фирмы.
15. Имидж как объект моделирования. Алгоритмы формирования имиджа.
16. Визуальное, вербальное, событийное, контекстное измерения имиджа.
17. Инструментарий имиджелогии. Типология средств создания имиджа. Условия и границы их применения и т.п.
18. Проблема соотношения субъекта и контекста в имиджевом решении.
19. Мифологизация как инструмент формирования имиджа (политика, шоу-бизнес, брендинг).
20. Роль стереотипов в создании и восприятии имиджа.
21. Проблема визуализации имиджа.
22. Роль цвета в создании имиджа.
23. Роль выразительных форм в создании имиджа.
24. Проблема оценки составляющих корпоративного имиджа.
25. Соотношение корпоративной философии и корпоративного имиджа: теоретический и прикладной аспекты.
26. Социальный имидж организации.
27. Бизнес-имидж организации.

28. Образ российского бизнеса: пути становления и проблемы.
29. Роль PR в формировании позитивного корпоративного имиджа.
30. Имидж политика: теоретические проблемы, методы анализа.
31. Соотношение общего и индивидуального в имидже политического лидера.
32. Имидж в публичной политике.
33. Роль аудитории (обратной связи с аудиторией) в формировании (управлении) имиджа.
34. Проблемы создания и восприятия имиджа в шоу-бизнесе.
35. Имидж творческого человека: необходимые элементы, стратегии продвижения.
36. Имидж женщины (-политика, бизнес и т.п.).
37. Имидж и мода. Имидж лидеров моды на разных исторических этапах.
38. Корпоративный имидж: сущность, функции, структура, стратегия формирования
39. Корпоративный имидж и репутация.
40. Социальный имидж организации: анализ конкретного примера.
41. Имидж города (региона): определение необходимых элементов, закономерности их взаимодействия, соотношение стихийного и рационально-формируемого имиджей.
42. Социокультурные составляющие имиджа современного российского города (архитектура, история, символика, реклама, организация пространства, экология и т.п.).
43. Имидж специализированного издания (медиасобытия).
44. Имидж в науке.
45. Имидж культурно-образовательного учреждения (в рамках программы сотрудничества с музеями области).
46. Имидж общественного (религиозного) движения.
47. Роль имиджа в туристическом бизнесе.
48. Управление имиджем (на примере организации или персоны).
49. Сайт как средство формирования (управления) имиджа.
50. Мониторинг сформированного имиджа. Пути и средства корректировки имиджа
51. Фирменный стиль как средство создания визуального имиджа организации.
52. Пути и методы оптимизации текущего имиджа.
53. Нейтрализация последствий воздействия «черного» PR средствами имиджбилдинга.
54. Акция как средство управления имиджем. Методы разработки и реализации сценария акции.
55. Имидж и образ: соотношение имиджмейкинга и рекламной деятельности.
56. Этические и коммуникативные проблемы имиджмейкинга.

Текущий контроль предусматривает вопросы:

1. Имиджелогия – отрасль современного человековедения.

2. Определение понятия имиджологии, образа, облика.
3. Компоненты имиджа личности.
4. Теоретические основания имиджа.
5. Принципы имиджологии.
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. Закономерности формирования и функционирования имиджа.
10. Социальные стереотипы и установки.
11. Механизмы влияния в процессе формирования имиджа. Понятие социально-психологического влияния. Убеждение. Внушение.
12. Роль средств массовой информации в формировании социальной реальности. Особенности применения печатных (книги, газеты, журналы) и электронных (радио, телевидение, Интернет) средств массовой информации.
13. Реклама и паблик рилейшенс как средство формирования образа социальных объектов.
14. Имидж руководителя. Компоненты имиджа руководителя: личностный, социальный, профессиональный.
15. Структура и типология имиджа. Когнитивный, аффективный и поведенческий компоненты имиджа.
16. Виды объектов имиджа: личность, организация, группа, товар (торговая марка).
17. Имидж как составная часть культуры делового общения.
18. Индивидуальный имидж. Взаимоотношения имиджа, Я-реального, Я-идеального и Образа Я у других.
19. Самопрезентация. Факторы восприятия личности в общественном сознании.
20. Использование психодиагностики для создания психологического портрета личности. Тесты, опросники, контент-анализ, биографический метод, наблюдение и особенности их применения.
21. Критерии эффективности индивидуального имиджа.
22. Корпоративный имидж. Понятие корпоративного имиджа. Роль имиджа учреждения (организации, формы) в условиях современного рынка услуг.
23. Внешний и внутренний имидж организации. Связь внутреннего имиджа с корпоративной культурой.
24. Основные мероприятия по совершенствованию имиджа.

Примеры тестов по дисциплине «Имиджология»:

1. Имидж в переводе с английского языка означает:
 - a. Впечатление;
 - b. Образ;
 - c. Оценка.

2. Носителем имиджа является:
 - a. Фирма, организация;
 - b. Люди, лидеры общественного мнения.
3. Типизация – это:
 - a. Обобщенное представление о чем-либо;
 - b. Целенаправленно-сформированный образ чего-либо и кого-либо;
 - c. Явление повседневной практики общения, сводящиеся к упрощенным типам.
4. Когда имиджирование стало самостоятельным предметом?
 - a. В начале 1980 – х гг.
 - b. С конца 1990 – х гг.
 - c. С конца 1950 – х гг.
5. Как называется специалист по созданию имиджа?
 - a. Специалист по имиджу;
 - b. Имиджмейкер;
 - c. Носитель имиджа.
6. Источником имиджеформирующей информации являются:
 - a. Имиджиейкер;
 - b. Индукторы;
 - c. Реципиенты.
7. Термины «имидж», «репутация», «идентичность», «организационная культура» являются:
 - a. Синонимами;
 - b. Четко взаимосвязанными понятиями;
 - c. Не являются взаимосвязанными между собой и изучаются различными науками.
8. По признаку воспринимаемой аудитории различают:
 - a. Социальный, управленческий, научный, обобщенный имиджи;
 - b. Внешний и внутренний имиджи организации;
 - c. Имидж организации в целом и имиджи отдельных подразделений.
9. По функционально-технологическому признаку выделяют следующие разновидности имиджа:
 - a. Желаемый и воспринимаемый, социо-ситуативный и постоянный;
 - b. Самоимидж и внешний имидж личности;
 - c. Обобщенный, функциональный, контекстный.
10. К внутренним факторам, зависимым от носителя имиджа относятся:

- a. Общие физические данные, мимика, среда обитания;
- b. Коммуникабельность, уровень нравственности;
- c. Сфера интересов, уровень образования.

11. В социальном аспекте составляющие индивидуального имиджа выражают:

- a. Личностные характеристики.
- b. Уровень культуры.
- c. Уровень благосостояния.
- d. Силу воли.

12. Имидж организации в целом, а не каких-то ее частей или результатов ее работы:

- a. Корпоративный.
- b. Положительный.
- c. Желаемый.
- d. Текущий.

13. Сотрудники организации являются объектом корпоративного имиджа:

- a. Внешнего.
- b. Внутреннего.
- c. Осязаемого.
- d. Неосязаемого.

14. Основой корпоративного имиджа являются:

- a. Корпоративная философия.
- b. Корпоративная общественность.
- c. Руководитель организации.
- d. Позиционирование организации.

15. Средовым имиджем человека является:

- a. Его овеществленная продукция – предметы, вещи, которые он сделал, создал.
- b. Созданная им искусственно среда обитания.
- c. Его внешность.
- d. Его поведение.

16. Габитарным имиджем человека является:

- a. Его поведение.
- b. Его внешность.
- c. Созданная им искусственно среда обитания.
- d. Его речевая продукция.

17. Овеществленным имиджем человека является:

- a. Созданная им искусственно среда обитания.
- b. Его внешность.
- c. Его овеществленная продукция – предметы, вещи, которые он создал.
- d. Его поведение.

18. Имидж это:

- a. Эмоционально окрашенный публичный образ кого-либо/чего-либо, принимающий форму социального стереотипа;
- b. Стил жизни;
- c. Представление о желаемом образе для улучшения жизнедеятельности.

19. Обаятельный человек – это тот, которому свойственны:

- a. Хитрость, коварство, угодничество, уступчивость и др.;
- b. Неординарность, остроумие, выразительность, внимательность и др.;
- c. Решительность, манипулятивность, простодушие и др.

20. К гендерным стереотипам можно отнести такое положение:

- a. Мужчины имеют право на неконтролируемое поведение;
- b. Умная женщина несчастлива в личной жизни;
- c. Мужчины не плачут.

21. К возрастным стереотипам можно отнести такое положение:

- a. Пожилые люди – консерваторы;
- b. Молодежь настроена на усердную работу;
- c. Японцы трудолюбивы.

22. Самопрезентация – это умение сконцентрировать внимание окружающих на:

- a. Демонстрации вашей учености и образованности;
- b. Ваших несомненных достоинствах и увести внимание партнеров от ваших недостатков;
- c. Демонстрации окружающим вашего несомненного превосходства над ними.

23. Комплимент – это:

- a. Положительная оценка качеств собеседника;
- b. Небольшое преувеличение достоинств собеседника;
- c. Чрезмерное преувеличение качеств собеседника.

24. Синий цвет чаще всего ассоциируется:

- a. С активностью;
- b. С покоем и отдыхом;
- c. С повышенным возбуждением.

25. Эффект бумеранга показывает, что:

- a. Человек выглядит более привлекательным на фоне позитивных событий;
- b. Люди склонны относиться к человеку так, как он относится к ним;
- c. То, что повторяется, воспринимается как близкое, привычное, вызывающее доверие.

26. Тонкие губы человека, как правило, говорят о его:

- a. Нерешительности и слабой воле;
- b. Эмоциональной холодности и щепетильности;
- c. Доброжелательности и приветливости.

27. Наличие в подписи человека росчерка обычно указывает на его:

- a. Целеустремленность;
- b. Великодушие;
- c. Эгоистичность.

28. Беззвучный смех человека, как правило, указывает на его:

- a. Неуравновешенность;
- b. Расчетливость, осторожность, повышенную скрытность;
- c. Тревожность и мнительность.

29. По субъекту выделяют такой вид имиджа как:

- a. Групповой;
- b. Опосредованный;
- c. Привлекательный.

30. Эффективный имидж – это представление о человеке, позволяющее:

- a. Улучшать профессиональные результаты;
- b. Определить его национальность;
- c. Скрыть информацию о себе.

31. К внешнему виду можно отнести:

- a. Манеры поведения и речь;
- b. Репутацию;
- c. Профессионально-важные качества.

32. К социально-ролевым характеристикам можно отнести:

- a. Запах;
- b. Репутацию;
- c. Личную символику.

Примерный перечень вопросов для зачёта:

1. Наука об имидже как отрасль знаний. Понятие «имиджология», «имидж», функции и особенности имиджа
2. Сущность и атрибуты имиджа
3. Имидж, как социальный стереотип, виды стереотипов

4. Эффекты восприятия в построении имиджа
5. Виды имиджа.
6. Глубинные характеристики имиджа
7. Проблема эффективности имиджа. Роль имиджа в коммуникации
8. Типичные ошибки при формировании профессионального имиджа
9. Понятие «самопрезентация»
10. Использование имиджевых эффектов в управлении впечатлениями
11. Этапы управления профессиональным имиджем
12. Стратегии управления профессиональным имиджем
13. Инструментарий имиджологии (позиционирование, манипулирование, мифологизация и эмоционализация, вербализация и детализация, формат, замена целей, визуализация)
14. Использование инструментария имиджологии.
15. Имидж в разных контекстах (имидж бизнеса, имидж организации, имидж специалиста)
16. Факторы, способствующие росту положительного имиджа.
17. Структура имиджа компании.
18. Имидж как основа личности
19. Типы и типология имиджей
20. Особенности коммуникативного взаимодействия. Имиджевые коммуникации
21. Принципы и технологии построения имиджа
22. Взаимосвязь менталитета и имиджа
23. Индивидуальный имидж
24. Профессиональный имидж
25. Средовый имидж и принципы его формирования
26. Габитарный имидж
27. Вербальный имидж и его роль
28. Кинетический имидж
29. Стереотипы и их роль в создании имиджа.
30. Составляющие имиджа специалиста.
31. Структура имиджа и его составляющие
32. Формы и методы создания имиджа специалиста.
33. Имидж и социальный стереотип.
34. Понятие об имидже. Имидж как единица символического мира.
35. Форма и содержание имиджа.
36. Имидж как часть профессионального успеха. Основные характеристики процесса управления имиджем.
37. Имидж и карьера
38. Визуальная составляющая имиджа
39. Визуальный образ: сущность, принципы формирования позитивного визуального образа и стиля специалиста
40. Аудиальная составляющая имиджа
41. Сущность, принципы формирования позитивного аудиального образа специалиста

42. Эффективность имиджирования

43. Оценка эффективности использования имиджирования

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

Итоговая шкала оценивания включает «базовую», «сверхбазовую» и «вариативную» части.

Базовая часть (пороговый уровень сформированности) включает в себя оценённые в баллах различные виды работ бакалавра, предусмотренные данной программой, выполнение которых даёт возможность набрать до 70 баллов и претендовать на положительную оценку на зачёте («удовлетворительно», «хорошо»).

Сверхбазовая часть (продвинутый уровень сформированности) включает в себя оценённые в баллах все виды работ бакалавра, предусмотренные данной программой (в т.ч. и работы базовой части). Выполнение всех видов работ даёт возможность набрать более 70 баллов и претендовать на зачёте на оценку («хорошо», «отлично»).

Вариативная часть (ниже порогового уровня сформированности) предусмотрена на тот случай, когда студент не набирает достаточное количество баллов для допуска к зачёту.

Посещение каждого занятия оценивается (100% -80% посещаемость – 18-10б., 70-40% -9-3б., 30-0% - 2-0б.).

Контроль работы на практических занятиях предполагает оценку устных ответов на поставленные вопросы (100% -80% правильных ответов – 36-30б., 70-40% -29-18-б., 30-0% - 17-0 б.).

БАЗОВАЯ ЧАСТЬ			
<i>Вид контроля</i>	<i>Тема /форма аттестационной работы</i>	<i>Мин Кол-во баллов</i>	<i>Макс Кол-во баллов</i>
Контроль посещаемости	Посещение лекционных и практических занятий	0	18
Контроль работы на занятиях	Контроль работы на практических занятиях	0	36
Контроль самостоятельной работы	Проверка конспектов (1 раз в семестр)	0	6
Рубежный контроль	Тестирование (по 0, 5 балла за выполненное задание)	0	10
Всего за семестр			70

Преподавание имиджологии предполагает следующие **формы учебной деятельности**: лекционный курс, практические занятия, самостоятельную и индивидуальную работу.

В **лекционном курсе** следует уделить внимание теоретическим вопросам имиджологии в логически выдержанной форме. Основными целями лекции являются системное освещение ключевых понятий и положений по соответствующей теме, обзор и оценка существующей проблематики, ее методологических и социокультурных оснований, возможных вариантов решения, дача методических рекомендаций для дальнейшего изучения курса, в том числе литературы и источников. Лекционная подача материала, вместе с тем, не предполагает исключительную активность преподавателя. Лектор должен стимулировать студентов к участию в обсуждении вопросов лекционного занятия, к высказыванию собственной точки зрения по обсуждаемой проблеме.

Практические занятия по имиджологии направлены на развитие самостоятельности студентов в исследовании изучаемых вопросов и приобретение профессиональных умений и навыков. Практические занятия проводятся в форме обсуждения проблемных вопросов в группе при активном участии студентов, они способствуют углубленному изучению наиболее фундаментальных и сложных проблем курса, служат важной формой анализа и синтеза исследуемого материала, а также подведения итогов самостоятельной работы студентов, стимулируя развитие профессиональной компетентности, навыков и умений. На практических занятиях студенты учатся работать с научной литературой, четко и доходчиво излагать проблемы и предлагать варианты их решения, аргументировать свою позицию, оценивать и критиковать позиции других, свободно публично высказывать свои мысли и суждения, грамотно вести полемику и представлять результаты собственных исследований. При проведении практических занятий преподаватель должен ориентировать студентов при подготовке использовать в первую очередь специальную научную литературу (монографии, статьи из научных журналов).

Контроль работы на практических занятиях предполагает оценку устных ответов на поставленные вопросы. Ответы можно оценивать по четырём важнейшим параметрам: знание фактического материала по обсуждаемому вопросу; умение показывать причинно-следственные связи; владение дополнительной литературой; способность убедительно отстаивать свою точку зрения и уважительно вести дискуссию.

Процесс формирования компетенций учащихся не может быть полноценным без продуманной системы средств их измерения и оценивания. Наиболее эффективные средства измерения компетенций учащихся: рефераты, контрольная работа, тесты минимальной компетентности, конспекты.

Проверка **конспектов** практикуется с условием, что у каждого студента конспекты будут проверены один раз за время изучения дисциплины. Содержание конспекта оценивается от 0 до 6 баллов, в зависимости от уровня осмысления материала, предложенного студентам для самостоятельного изучения.

Методические рекомендации к составлению конспекта

Конспектирование предполагает письменную фиксацию информации, в виде краткого изложения основного содержания научного текста. Целью конспектирования является составление записи, позволяющей студенту с нужной полнотой восстановить полученную из научного источника информацию. Эффективной формой является составление тезисного конспекта, представляющего собой кратко сформулированные основные мысли изучаемого материала. Основными требованиями к составлению конспекта является:

- запись выходных данных источника;
- соответствие представленного в конспекте материала основным положениям выбранного источника;
- чёткая формулировка основных мыслей источника;
- усвоение содержания законспектированного научного исследования.

Шкала оценивания конспекта

Уровни оценивания		Баллы
№	Содержание	
4	Ключевая идея статьи отражена в конспекте полностью, что показывает глубокое понимание содержания конспектируемого текста	6
3	Основная идея статьи показана, однако понимание ее вызывает сомнение	5
2	Идея ясна, но ее понимания автором нет, конспект сделан шаблонно.	4
1	Идея статьи с трудом проглядывается, отсутствует понимание ее автором, наличие ошибок в изложенном материале.	3-2
0	Идея статьи в конспекте не отражена.	0-1

Тестирование даёт возможность набрать до 10 баллов, исходя из оценки за каждый правильный ответ – 0, 5 балла). Тестирование проводится по мере прохождения изучаемого курса. Комплект тестов разрабатывается преподавателем, ведущим дисциплину, и утверждается на заседании кафедры. При оценивании выполнения тестов следует учитывать, что поскольку тесты на компетентность чаще всего критериально-ориентированные (в качестве критерия рассматриваются знания, умения и компетенции, которые должны быть сформированы у ученика), то показателем уровня сформированности компетентности можно считать выполнение заданий теста на 60-70%. Проведение тестирования призвано закрепить результаты учебной работы и сформировать индивидуальную траекторию подготовки студентов к промежуточному контролю. В ходе тестирования осуществляется проверка знания обучающимися базовой лингвистической терминологии, умение определять статус различных языковых единиц, определять те или иные языковые факты.

Устный опрос – форма контроля, предполагающая групповое обсуждение под руководством преподавателя достаточно широкого круга проблем. Как форма контроля опрос позволяет преподавателю в

сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов целой группы по данному разделу курса.

Шкала оценивания индивидуального собеседования и устного опроса

Критерии оценивания	Высокий	Оптимальный	Удовлетворит.	Неудовлетворит.
Уровень усвоения материала, предусмотренного программой	5	4	3	2
Умение выполнять задания, предусмотренные программой	5	4	3	2
Уровень знакомства с литературой, предусмотренной программой	5	4	3	2
Уровень знакомства с интернет-ресурсами, предусмотренными программой	5	4	3	2
Уровень раскрытия причинно-следственных связей	5	4	3	2
Уровень самостоятельности в формулировке выводов	5	4	3	2
Всего	5	4	3	0-2

Требования к индивидуальному собеседованию и опросу:

- овладение студентами навыком обобщения изученных тем лекционного курса и научной литературы;
- умение оперировать научными терминами и понятиями;
- умение аргументировать своё мнение, тем самым представлять глубину осознания и усвоения материала.

СВЕРХБАЗОВАЯ ЧАСТЬ			
Вид контроля	Тема /форма аттестационной работы	Мин Кол-во баллов	Макс Кол-во баллов
Контроль самостоятельной работы	Проверка доклада	0	15
Контроль выполнения контрольной работы	Проверка контрольной работы	0	15
Всего за семестр			30

Для оценивания интегрированных и практико-ориентированных заданий используются несколько критериев, оцениваемых в 10-15 баллов (0 – признак не сформирован, 1-5 балл – чётко не выражен, 6-10 балла – выражен чётко; 11-15 – критерии выполнения творчески переосмыслены студентом):

Шкала оценивания доклада, уровни оценивания:

Вид оцениваемой Деятельности	Уровни оценивания			
	Минимальный	Удовлетворит.	Оптимальный	Высокий

Формулирование представленной информации в виде проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и / или выводы необоснованны	Проблема раскрыта. Проведён анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и / или обоснованы студентом.	Проблема раскрыта полностью. Проведён анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы.
Предложение способа решения проблемы	Способ решения не представлен.	Информация не систематизирована. Не используются профессиональные термины	Информация систематизирована. Нарушены некоторые логические связи.	Способ решения представлен логично и последовательно. Использованы 5 и более профессиональных терминов.
Демонстрация способа решения проблемы	Не использованы современные технологии.	Технологии использованы частично	Используются технологии, но есть ошибки.	Информация продемонстрирована без ошибок, с использованием широкого спектра технических возможностей.
Всего баллов	6-0	9-7	12-10	15-13

Методические рекомендации к подготовке доклада

При написании доклада студенту необходимо:

- а) отобрать учебную и научную литературу по вопросу исследования;
- б) составить план доклада, в котором следует отразить: *введение*, в котором ставится цель и задачи исследования; *историю и теорию вопроса* (которая может являться составной частью введения или представлять самостоятельную главу); *основную часть работы*; *заключение*, в котором подводятся итоги исследования, а также освещается перспектива дальнейшего изучения проблемы, темы, вопроса; *список литературы, лексикографических источников; приложение* (словник, картотека, таблицы, схемы и т. п.).
- в) при описательном характере темы исследования необходимо осветить точки зрения на проблему ученых, выделить распространенный взгляд на существо проблемы, представить свою точку зрения;
- г) если анализируется конкретный языковой материал, следует его отобрать из определенных источников, классифицировать по одному или нескольким признакам, описать классификацию, сделать выводы по проведенному анализу;
- д) если доклад предполагает использование словарей, выписываются данные словарей, они сравниваются с данными собственных наблюдений, в заключение делаются выводы;

е) в работе с текстом языковой материал, извлеченный из текста, анализируется в системной интерпретации, при этом вначале исследуется фонетико-фонологический уровень языковых единиц, затем лексико-фразеологический, далее – грамматический;

ж) в заключении подводятся итоги исследования, освещается перспектива дальнейшего изучения проблемы, темы, вопроса.

Шкала оценивания контрольной работы:

Вид оцениваемой Деятельности	Уровни оценивания			
	Минимальный	Удовлетворит.	Оптимальный	Высокий
Владение навыками анализа фактического материала, предложенного в работе	Анализ языковых фактов не представлен. Отсутствуют выводы	Есть попытка анализа, но неправильная. Выводы не сделаны и / или выводы необоснованны	Проведён анализ языковых фактов без привлечения аргументации. Не все выводы сделаны и / или обоснованы студентом.	Проблема раскрыта полностью. Проведён анализ языковых фактов с привлечением дополнительной литературы и достаточной аргументацией
Знание теоретического материала	Способ решения не представлен.	Информация не систематизирована . Не используются профессиональные термины	Информация систематизирована . Нарушены некоторые логические связи.	Способ решения представлен логично и последовательно. Использованы 5 и более профессиональных терминов.
Умение обобщать анализируемые языковые факты	Не использованы современные технологии.	Технологии использованы частично	Используются технологии, но есть ошибки.	Информация продемонстрирована без ошибок, с использованием широкого спектра технических возможностей.
Умение видеть связи между языковыми фактами;	Способ решения не представлен.	Информация не систематизирована . Не используются профессиональные термины	Информация систематизирована . Нарушены некоторые логические связи.	Способ решения представлен логично и последовательно. Использованы 5 и более профессиональных терминов.
Отсутствие в контрольной работе орфографических, пунктуационных, стилистических, графических и прочих ошибок	Большое количество ошибок, бессистемность выполнения.	Информация не систематизирована . Не используются профессиональные термины, есть достаточное количество грубых ошибок	Информация систематизирована . Нарушены некоторые логические связи. Наблюдаются некоторые негрубые ошибки	Способ решения представлен логично и последовательно. Работа выполнена безошибочно либо с незначительными недочетами

Всего баллов	0-1	6-2	10-6	15-11

Самостоятельная работа предусматривает не только выполнение обязательных для всех домашних заданий к лабораторным занятиям, зачету или экзамену, но и чтение дополнительной литературы, выполнение заданий исследовательского характера, привлечение различного рода словарей. Индивидуальная работа должна учитывать различную степень лингвистической и общекультурной подготовки студентов, их отношение к предмету.

Контролируемая самостоятельная работа включается в план самостоятельной работы каждого студента в обязательном порядке. Студент, приступающий к изучению дисциплины, получает информацию обо всех формах самостоятельной работы по курсу с выделением обязательной и контролируемой самостоятельной работы.

Контроль над самостоятельной работой студентов осуществляется в виде: текущей работы с лекционным материалом, предусматривающей проработку конспекта лекций и учебной литературы; изучения материала, вынесенного на самостоятельную проработку; подбора и обзора литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме дисциплины; подготовки реферата.

Критерии оценивания самостоятельной работы:

- умение собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников (0-5 баллов);
- умение собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать практический материал для иллюстраций теоретических положений (0-5 баллов);
- умение самостоятельно решать проблему/задачу на основе изученных методов, приемов, технологий (0-5 баллов);
- умение ясно, четко, логично и грамотно излагать собственные размышления, делать умозаключения и выводы (0-5 баллов);
- умение пользоваться ресурсами глобальной сети (0-5 баллов).

Формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине (промежуточная аттестация) является **зачёт в 6-м семестре**. Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение курса.

Зачёт (41-100 б) выставляется, если студент показал знание теории, видение логической структуры и закономерностей соответствующей науки, хорошее осмысление основных вопросов проблемы, умение при этом раскрывать содержательную сторону понятия, используя иллюстративный материал; умение оценивать и анализировать единицы языка и речи. Ответ по форме логичен, содержателен.

Незачёт (21-40 б.) выставляется, если студент не владеет (или владеет в незначительной степени) основным программным материалом в объёме, необходимым для профессиональной деятельности; имеет пробелы в знании основного учебно-программного материала, непонимание сущности излагаемых вопросов; допущение принципиальных, грубых ошибок в выполнении заданий, предусмотренных программой. Как правило, неудовлетворительная оценка выставляется обучающимся, у которых возникнут трудности при дальнейшем освоении ОП ВО и осуществлении профессиональной деятельности.

Самостоятельная работа студентов в процессе изучения дисциплины «Имиджелогия» предполагает работу с учебной и научной литературой; конспектирование научных источников; подготовку докладов и устных сообщений по результатам самостоятельного теоретического материала. Контроль преподавателем осуществляется в ходе беседы по темам, на индивидуальных консультациях; проверки краткого реферата или прослушивания доклада.

Выполнение любого практического и контрольного задания требует от студента знания теоретического материала, умения правильно излагать мысли с помощью кода.

В том случае, если студент набрал менее 40 баллов, то он выбирает из ниже приведённой таблицы один или несколько видов работы.

ВАРИАТИВНАЯ ЧАСТЬ			
Форма аттестационной работы	Тема /форма аттестационной работы	Мин Кол-во баллов	Макс Кол-во баллов
Контрольная работа по одному из разделов курса	Анализ одной из речевых ситуаций (фонетический, морфологический, стилистический, нормативный)	0	10
Подготовка презентации	Презентация по выбранной заранее (в начале семестра) теме.	0	10
Написание теста по всему курсу	Тестирование (по 0,5 балла за выполненное задание)		10
Всего за семестр			30

Шкала оценивания презентации

Вид оцениваемой деятельности	Уровни оценивания			
	Минимальный	Удовлетворительный	Оптимальный	Высокий

Раскрытие проблемы	Проблема раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта полностью. Выводы сделаны и/или выводы обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины.	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использован 1-2 профессиональный термин	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов
Оформление	Не использованы технологии PowerPoint. Больше 4 ошибок представляемой информации	Использованы технологии PowerPoint частично. 3-4 ошибки представляемой информации	Использованы технологии PowerPoint. Не более 2 ошибок представляемой информации	Широко использованы технологии (PowerPoint). Отсутствуют ошибки в представляемой информации
Баллы за каждый вид	2-0	5-3	9-6	10-7

Формой проверки теоретических знаний по изученному курсу является зачёт, который предполагает проверку и оценку знаний, умений и навыков студентов, полученных в результате освоения лекционного курса и усвоения учебного материала лабораторных занятий.

При оценке знаний на зачёте учитывается:

- степень усвоения теоретического и практического материала;
- уровень знакомства с терминологией;
- глубина освоения лекционного материала и научных исследований;
- умение сделать обобщающие выводы.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Основная литература

1. Андреева, С. В. Имиджелогия: конспект лекций. – Кемерово : КемГИК, 2017. – 72 с. – Текст: электронный. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=487647>
2. Горчакова, В.Г. Имидж. Искусство и реальность: учебное пособие для вузов. □ М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2018. □ 279 с. – Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=872659>
3. Лысикова, О. В. Имиджелогия и паблик рилейшнз в социокультурной сфере : учеб. пособие / Лысикова О. В. , Лысикова Н. П. - 3-е изд. - Москва : ФЛИНТА, 2019. - 168 с. - Текст : электронный. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785893498530.html>

6.2. Дополнительная литература

1. Белобрагин, В. В. Психология имиджа : учебно-методическое пособие. — Москва : Научный консультант, 2018. — 72 с. — Текст : электронный. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/80797.html>
2. Беляева, М. А. Азы имиджелогии. Имидж личности, организации, территории : учебное пособие для вузов / М. А. Беляева, В. А. Самкова. — 2-е изд. — Москва: Кабинетный ученый, 2017. — 228 с. — Текст : электронный. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/75000.html>
3. Горчакова, В.Г. Имиджелогия. Теория и практика: учеб. пособие для вузов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. -335 с. – Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=8726608>
4. Опфер, Е. А. Имидж современного педагога : учебное пособие для вузов. — Саратов : Вузовское образование, 2018. — 79 с. — Текст : электронный. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/72532.html>
5. Чуланова, О.Л. Имиджелогия : учеб.-метод. пособие. - Сургут: Изд-во СурГУ, 2017. - 264 с. – Текст: электронный. - URL:<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=504923>
6. Шарков, Ф.И. Деловые коммуникации : учебник для вузов / Ф. И. Шарков, Л. В. Комарова. - М. : Кнорус, 2018. - 222с. – Текст: непосредственный.
7. Шарков, Ф. И. Корпоративная имиджелогия / Шарков Ф. И. , Потапчук В. А. , Давыдов Д. Г. - Москва : Академический Проект, 2020. - 176 с. - Текст : электронный. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785829129309.html>

6.3. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Словари русского языка. Эл. ресурс [<http://slovari.yandex.ru/>].

[http:// www.edu.km.ru](http://www.edu.km.ru) – сайт Отдела образовательных проектов компании «Кирилл и Мефодий».

[http: // www.ruscorpa.ru](http://www.ruscorpa.ru) – Национальный корпус русского языка.
[http: // www.filologia.ru](http://www.filologia.ru) – научные филологические труды «Филология».
<http://www.philology.ru> – «Русский филологический портал»;
<http://www.gramota.ru> – образовательный портал «ГРАМОТА.РУ»;
Электронно-библиотечная система ZNANIUM.COM. Договор № 4378 эбс ИКЗ 20 1 2727000769 270301001 0006 001 6311 000 от 17 апреля 2020г.
Электронно-библиотечная система IPRbooks. Лицензионный договор № ЕП 44/13 на предоставление доступа к электронно-библиотечной системе IPRbooks ИКЗ 20 1 2727000769 270301001 0005 001 6311 000 от 27 марта 2020г.
Электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU (периодические издания) Договор № ЕП 44//12 на оказание услуг доступа к электронным изданиям ИКЗ 20 1 2727000769 270301001 0008 001 6311 000 от 02 марта 2020г.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Методические рекомендации к организации контактной и самостоятельной работы по филологическим дисциплинам, авторы Киселева И.А., Поташова К.А.

8. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Лицензионное программное обеспечение:

Microsoft Windows

Microsoft Office

Kaspersky Endpoint Security

Информационные справочные системы:

Система ГАРАНТ

Система «КонсультантПлюс»

Профессиональные базы данных

fgosvo.ru

pravo.gov.ru

www.edu.ru

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

– учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные учебной мебелью, доской, демонстрационным оборудованием.

– помещения для самостоятельной работы, укомплектованные учебной мебелью, персональными компьютерами с подключением к сети Интернет и обеспечением доступа к электронным библиотекам и в электронную информационно-образовательную среду МГОУ;

– помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования, укомплектованные мебелью (шкафы/стеллажи), наборами демонстрационного оборудования и учебно-наглядными пособиями.