



КГЭУ

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«КАЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «КГЭУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Директор \_\_\_\_\_ ИЦТЭ \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ Э.И. Беляев

«\_\_ 30 \_\_» \_\_\_\_ 05 \_\_\_\_\_ 2023 г.

### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.07 Имиджелогия

---

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленности Реклама и связи с общественностью в коммерческой  
сфере; Дизайн в рекламе.

Квалификация \_\_\_\_\_ Бакалавр \_\_\_\_\_

г. Казань, 2023

Программу разработал:

Наименование кафедры	Должность, уч.степень, уч.звание	ФИО разработчика
ФМК	Доцент, к.соц.н., доцент	Убойцева Е.В.

Согласование	Наименование подразделения	Дата	№ протокола	Подпись
Одобрена	ФМК	19.05	5	_____ Зав.каф., д.ф.н., доц.Миннуллина Э.Б.
Согласована	ФМК	19.05	5	_____ Зав.каф., д.ф.н., доц.Миннуллина Э.Б.
Согласована	Учебно-методический совет ИЦТЭ	30.05	7	_____ Директор ИЦТЭ, к.т.н., доц. Беляев Э.И.
Одобрена	Ученый совет ИЦТЭ	30.05	9	_____ Директор ИЦТЭ, к.т.н., доц. Беляев Э.И.

## 1. Цель, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целью освоения дисциплины Имиджелогия является формирование целостного представления о назначении, формах, методах, технологиях имиджелогии. Данная цель достигается систематизированным изложением основных проблем технологий создания имиджа.

Задачами дисциплины является:

- Анализ представлений о теоретических истоках имиджелогии;
- Формирование представлений о современных концепциях имиджа;
- Изучение инструментария имиджелогии и формирование навыков его использования в профессиональной деятельности.

Компетенции и индикаторы, формируемые у обучающихся:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора
ПК 1. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	ПК 1.2. Использует основные коммуникативные технологии, приемы имиджмейкинга в онлайн и офлайн среде при подготовке продуктов рекламы и связей с общественностью
	ПК 1.4. Участствует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций.

## 2. Место дисциплины в структуре ОП

Предшествующие дисциплины (модули), практики, НИР, др.

- Теория и практика связей с общественностью,
- Психология массовых коммуникаций,
- Риторика,
- Логика и теория аргументации.

Последующие дисциплины (модули), практики, НИР, др.

- Конфликтология,
- GR и политические коммуникации.

## 3. Структура и содержание дисциплины

### 3.1. Структура дисциплины

Для очной формы обучения

Вид учебной работы	Всего ЗЕ	Всего часов	Семестр(ы)		
			6		
ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ	2	72	72		
КОНТАКТНАЯ РАБОТА*	-	72	72		
АУДИТОРНАЯ РАБОТА	1,3	46	46		

Лекции	0,8	30	30		
Практические (семинарские) занятия	0,5	16	16		
Лабораторные работы	-	-	-		
САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ	0,7	26	26		
Проработка учебного материала	0,7	26	26		
Курсовой проект	-	-	-		
Курсовая работа	-	-	-		
Подготовка к промежуточной аттестации					
Промежуточная аттестация:			3		

Для очно-заочной формы обучения

Вид учебной работы	Всего ЗЕ	Всего часов	Семестр(ы)		
			4		
ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ	2	72	72		
КОНТАКТНАЯ РАБОТА		-	26		
АУДИТОРНАЯ РАБОТА	0,6	22	22		
Лекции	0,4	14	14		
Практические (семинарские) занятия	0,2	8	8		
Лабораторные работы	-	-	-		
САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ	1,4	50	50		
Проработка учебного материала	1,3	46	46		
Курсовой проект		-	-		
Курсовая работа		-	-		
Подготовка к промежуточной аттестации	0,1	4	4		
			3		

### 3.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам и видам занятий

Разделы дисциплины	Всего часов	Распределение трудоемкости по видам учебной работы				Формы и вид контроля	Индексы индикаторов формируемых компетенций
		лекции	лаб. раб.	пр. зан.	сам. раб.		
Раздел 1. Имидж как социально-культурный феномен.	10	4		2	4	ТК1	ПК-1.3
Раздел 2. Типы и виды имиджа.	24	10		4	10	ТК2	ПК-1.3.У
Раздел 3.	38	16		10	12	ТК3	ПК-3.У.В

Технологии формирования имиджа.							
Зачет						<b>ОМ 1</b>	<b>ПК-1.У.В</b>
<b>Итого за 6 семестр</b>	<b>72</b>	<b>30</b>		<b>16</b>	<b>26</b>		
<b>ИТОГО</b>	<b>72</b>	<b>30</b>		<b>16</b>	<b>26</b>		

### 3.3. Содержание дисциплины

#### Раздел 1. Имидж как социально-культурный феномен.

Формирование понятия. Взаимосвязь имиджа и художественного образа. Имидж в структуре коммуникативного пространства. Современные коммуникационные технологии, используемые в создании имиджа. Имидж в рекламе, бизнесе, искусстве и других областях человеческой деятельности.

Имидж как психологическая PR-категория. Основные характеристики имиджа как психического образа, его виды и функции. Имидж организации: базовые структурные модели. Психологические рекомендации по формированию положительного имиджа организации.

#### Раздел 2. Типы и виды имиджа.

Специфика имиджа в государственном управлении и дипломатии. Имидж в искусстве и шоу-бизнесе. Имидж в рекламе. Инструментарии личного контакта в различных типах имиджа. Средства связей с общественностью в методиках формирования различных типов имиджа.

Гендерные особенности имиджа. Этнопсихологические особенности имиджа. Специфика формирования имиджа территориальных образований. Имидж товара.

#### Раздел 3. Технологии формирования имиджа.

Позиционирование как основная стратегия построения имиджа. Мифы и символы в имиджелогии. Формирование мнения: сознательная и бессознательная компоненты. Виды информации и каналы ее распространения, существенные для построения имиджа. Основные принципы и этапы формирования имиджа. Современные технологии создания имиджа.

Специфика технологий построения имиджа в бизнесе. Конструктивная поведенческая стратегия и эффективная поведенческая тактика в имидже бизнесмена. Деловая внешность, деловое общение и деловой этикет. Роль деловой риторики в создании бизнес-имиджа (техника ведения переговоров, искусство деловой полемики, личные и телефонные беседы и др.) Основные ошибки в построении делового имиджа.

### 3.4. Тематический план практических занятий

1. Понятие имиджа в различных сферах.
2. Психология позитивного имиджа организации.

3. Методы рекламы и связей с общественностью в создании имиджа фирмы.
4. Формирование имиджа делового человека.
5. Политический имидж: технологии, условия и факторы эффективности.
6. Политический имидж: психологические технологии и модели.

### 3.5. Тематический план лабораторных работ

Данный вид работы не предусмотрен учебным планом.

### 3.6. Курсовой проект /курсовая работа

Данный вид работы не предусмотрен учебным планом.

## 4. Оценивание результатов обучения

Оценивание результатов обучения по дисциплине осуществляется в рамках текущего контроля и промежуточной аттестации, проводимых по балльно-рейтинговой системе (БРС).

Шкала оценки результатов обучения по дисциплине:

Код компетенции	Код индикатора компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине	Уровень сформированности индикатора компетенции			
			Высокий	Средний	Ниже среднего	Низкий
			от 85 до 100	от 70 до 84	от 55 до 69	от 0 до 54
			Шкала оценивания			
			отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
			зачтено		не зачтено	
	ПК 1.2. Использует основные коммуникативные технологии, приемы имиджмейкинга в онлайн и офлайн среде при подготовке продуктов рекламы и связей с общественностью	знать:				
		знает основные коммуникативные технологии	Знает основные коммуникативные технологии, при ответе не допускает ошибок.	Знает основные коммуникативные технологии, при ответе может допустить несколько негрубых ошибок.	Знает основные коммуникативные технологии, при ответе может допустить множество мелких ошибок.	Уровень знаний минимален, допускает грубые ошибки.
		уметь:				
		использовать основные коммуникативные технологии, приемы имиджмейкинга в онлайн и офлайн среде.	Демонстрирует умение использовать основные коммуникативные технологии, приемы имиджмейкинга в онлайн и офлайн среде, при	Демонстрирует умение использовать основные коммуникативные технологии, приемы имиджмейкинга в онлайн и офлайн среде, допускает	в целом демонстрирует умение использовать основные коммуникативные технологии, приемы имиджмейкинга в онлайн и офлайн среде,	не демонстрирует умение использовать основные коммуникативные технологии, приемы имиджмейкинга в онлайн и офлайн среде,

ПК 1.			ответе не допускает ошибок.	при этом ряд небольших ошибок.	задание выполнено в неполном объеме.	задание не выполнено.
		<b>владеть:</b>				
	Навыками подготовки продуктов рекламы и связей с общественностью	продемонстрировано владение навыками подготовки продуктов рекламы и связей с общественностью	продемонстрированы базовые навыки подготовки продуктов рекламы и связей с общественностью, допущен ряд мелких ошибок.	имеется минимальный набор навыков подготовки продуктов рекламы и связей с общественностью, много ошибок.	не продемонстрированы базовые навыки подготовки продуктов рекламы и связей с общественностью.	
		<b>знать:</b>				
	принципы корпоративной культуры и основные инструменты внутренних коммуникаций	Знает принципы корпоративной культуры и основные инструменты внутренних коммуникаций, не допускает ошибок.	Знает принципы корпоративной культуры и основные инструменты внутренних коммуникаций, при ответе может допустить несколько негрубых ошибок.	Плохо знает принципы корпоративной культуры и основные инструменты внутренних коммуникаций, при ответе может допустить множество мелких ошибок.	Уровень знаний ниже минимального требования, допускает грубые ошибки.	
		<b>уметь:</b>				
	использовать основные инструменты внутренних коммуникаций	демонстрирует умение использовать основные инструменты внутренних коммуникаций, не допускает ошибок.	демонстрирует умение использовать основные инструменты внутренних коммуникаций, допускает при этом ряд небольших ошибок.	в целом демонстрирует умение использовать основные инструменты внутренних коммуникаций, задание выполнено в неполном объеме.	не использовать основные инструменты внутренних коммуникаций, задание не выполнено.	
		<b>владеть:</b>				
	ПК 1.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	навыками формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	продемонстрировано владение навыками формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов	продемонстрированы базовые навыки формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов	имеется минимальный набор навыков формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов	не продемонстрированы базовые навыки формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов

			инструмент ов внутренних коммуникац ий.	инструмент ов внутренних коммуникац ий, допущен ряд мелких ошибок	инструмент ов внутренних коммуникац ий, много ошибок.	в внутренних коммуникац ий, допущены грубые ошибки.
--	--	--	---	---	--	---

Оценочные материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации приведены в Приложении к рабочей программе дисциплины.

Полный комплект заданий и материалов, необходимых для оценивания результатов обучения по дисциплине, хранится на кафедре разработчика.

## **5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **5.1. Учебно-методическое обеспечение**

#### **5.1.1. Основная литература**

1. Бутырина М.В. Деловые и научные коммуникации: учебное пособие / М. В. Бутырина; науч. ред. О. Ю. Олейник. - Иваново: ИГЭУ, 2020. - **URL:** <https://elib.ispu.ru/node/8799>. - Текст: электронный.

2. Шапиро С.А. Маркетинг персонала: учебное пособие / С. А. Шапиро, Е. К. Самраилова, Н. А. Говорова. - М.: Кнорус, 2018. - **URL:** <https://www.book.ru/book/924181>. - **ISBN** 978-5-406-05713-1. - Текст: электронный.

#### **5.1.2. Дополнительная литература**

1. Чумиков А.Н. Связи с общественностью: учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. - 3-е изд. - М.: Дело, 2001. - **ISBN** 5-7749-0166-1. - Текст: непосредственный.

2. Гринберг Т.Э. Политические технологии. ПР и реклама: учебное пособие для вузов / Т.Э. Гринберг. - М.: Аспект Пресс, 2005. - **ISBN** 5756703861. - Текст: непосредственный.

### **5.2. Информационное обеспечение**

#### **5.2.1. Электронные и интернет-ресурсы**

Энциклопедии, словари, справочники <http://www.rubricon.com>

Портал "Открытое образование" <http://npoed.ru>

Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru>

#### **5.2.2. Профессиональные базы данных / Информационно-справочные системы**

Образовательный портал <http://www.ucheba.com>

КиберЛенинка <https://cyberleninka.ru/>

#### **5.2.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное**



обеспечение дисциплины

Windows 7 Профессиональная (Starter)

Windows Server Standard 2012R2 Russian OLP NL Academic Edition 2Proc

Браузер Chrome

## 6. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наименование вида учебной работы	Наименование учебной аудитории, специализированной лаборатории	Перечень необходимого оборудования и технических средств обучения
Лекции	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа	Специализированная учебная мебель, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории (мультимедийный проектор, компьютер (ноутбук), экран), демонстрационное оборудование, учебно-наглядные пособия
Практические занятия	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная учебная мебель, технические средства обучения (мультимедийный проектор, компьютер (ноутбук), экран) и др.
Самостоятельная работа	Компьютерный класс с выходом в Интернет В-600а	Специализированная учебная мебель на 30 посадочных мест, 30 компьютеров, технические средства обучения (мультимедийный проектор, компьютер (ноутбук), экран), видеокамеры, программное обеспечение
	Читальный зал библиотеки	Специализированная мебель, компьютерная техника с возможностью выхода в Интернет и обеспечением доступа в ЭИОС, экран, мультимедийный проектор, программное обеспечение

## 7. Особенности организации образовательной деятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Лица с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) и инвалиды имеют возможность беспрепятственно перемещаться из одного учебно-лабораторного корпуса в другой, подняться на все этажи учебно-лабораторных корпусов, заниматься в учебных и иных помещениях с учетом особенностей психофизического развития и состояния здоровья.

Для обучения лиц с ОВЗ и инвалидов, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, обеспечены условия беспрепятственного доступа во все учебные помещения. Информация о специальных условиях, созданных для

обучающихся с ОВЗ и инвалидов, размещена на сайте университета [www/kgeu.ru](http://www/kgeu.ru). Имеется возможность оказания технической помощи ассистентом, а также услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Для адаптации к восприятию лицами с ОВЗ и инвалидами с нарушенным слухом справочного, учебного материала по дисциплине обеспечиваются следующие условия:

- для лучшей ориентации в аудитории, применяются сигналы оповещения о начале и конце занятия (слово «звонок» пишется на доске);
- внимание слабослышащего обучающегося привлекается педагогом жестом (на плечо кладется рука, осуществляется нерезкое похлопывание);
- разговаривая с обучающимся, педагогический работник смотрит на него, говорит ясно, короткими предложениями, обеспечивая возможность чтения по губам.

Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих обучающихся проводится путем:

- использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения;
- регулярного применения упражнений на графическое выделение существенных признаков предметов и явлений;
- обеспечения возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной почте по мере необходимости.

Для адаптации к восприятию лицами с ОВЗ и инвалидами с нарушениями зрения справочного, учебного, просветительского материала, предусмотренного образовательной программой по выбранному направлению подготовки, обеспечиваются следующие условия:

- ведется адаптация официального сайта в сети Интернет с учетом особых потребностей инвалидов по зрению, обеспечивается наличие крупношрифтовой справочной информации о расписании учебных занятий;
- педагогический работник, его собеседник (при необходимости), присутствующие на занятии, представляются обучающимся, при этом каждый раз называется тот, к кому педагогический работник обращается;
- действия, жесты, перемещения педагогического работника коротко и ясно комментируются;
- печатная информация предоставляется крупным шрифтом (от 18 пунктов), тотально озвучивается;
- обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений;
- предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснений на диктофон (по желанию обучающихся).

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для обучающихся с ОВЗ и инвалидов определяется педагогическим работником в соответствии с учебным планом. При необходимости обучающемуся с ОВЗ, инвалиду с учетом их индивидуальных психофизических особенностей дается возможность пройти промежуточную аттестацию устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п., либо предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.

## **8. Методические рекомендации для преподавателей по организации воспитательной работы с обучающимися.**

Методическое обеспечение процесса воспитания обучающихся выступает одним из определяющих факторов высокого качества образования. Преподаватель вуза, демонстрируя высокий профессионализм, эрудицию, четкую гражданскую позицию, самодисциплину, творческий подход в решении профессиональных задач, в ходе образовательного процесса способствует формированию гармоничной личности.

При реализации дисциплины преподаватель может использовать следующие методы воспитательной работы:

- методы формирования сознания личности (беседа, диспут, внушение, инструктаж, контроль, объяснение, пример, самоконтроль, рассказ, совет, убеждение и др.);

- методы организации деятельности и формирования опыта поведения (задание, общественное мнение, педагогическое требование, поручение, приучение, создание воспитывающих ситуаций, тренинг, упражнение, и др.);

- методы мотивации деятельности и поведения (одобрение, поощрение социальной активности, порицание, создание ситуаций успеха, создание ситуаций для эмоционально-нравственных переживаний, соревнование и др.)

При реализации дисциплины преподаватель должен учитывать следующие направления воспитательной деятельности:

*Гражданское и патриотическое воспитание:*

- формирование у обучающихся целостного мировоззрения, российской идентичности, уважения к своей семье, обществу, государству, принятым в семье и обществе духовно-нравственным и социокультурным ценностям, к национальному, культурному и историческому наследию, формирование стремления к его сохранению и развитию;

- формирование у обучающихся активной гражданской позиции, основанной на традиционных культурных, духовных и нравственных ценностях российского общества, для повышения способности ответственно реализовывать свои конституционные права и обязанности;

- развитие правовой и политической культуры обучающихся, расширение конструктивного участия в принятии решений, затрагивающих их права и интересы, в том числе в различных формах самоорганизации, самоуправления, общественно-значимой деятельности;

- формирование мотивов, нравственных и смысловых установок личности, позволяющих противостоять экстремизму, ксенофобии, дискриминации по социальным, религиозным, расовым, национальным признакам, межэтнической и межконфессиональной нетерпимости, другим негативным социальным явлениям.

*Духовно-нравственное воспитание:*

- воспитание чувства достоинства, чести и честности, совестливости, уважения к родителям, учителям, людям старшего поколения;

- формирование принципов коллективизма и солидарности, духа

милосердия и сострадания, привычки заботиться о людях, находящихся в трудной жизненной ситуации;

- формирование солидарности и чувства социальной ответственности по отношению к людям с ограниченными возможностями здоровья, преодоление психологических барьеров по отношению к людям с ограниченными возможностями;

- формирование эмоционально насыщенного и духовно возвышенного отношения к миру, способности и умения передавать другим свой эстетический опыт.

*Культурно-просветительское воспитание:*

- формирование эстетической картины мира;

- формирование уважения к культурным ценностям родного города, края, страны;

- повышение познавательной активности обучающихся.

*Научно-образовательное воспитание:*

- формирование у обучающихся научного мировоззрения;

- формирование умения получать знания;

- формирование навыков анализа и синтеза информации, в том числе в профессиональной области.

### **Вносимые изменения и утверждения на новый учебный год**

№ п/п	№ раздела внесения изменений	Дата внесения изменений	Содержание изменений	«Согласовано» Зав. каф. реализующей дисциплину	«Согласовано» председатель УМК института (факультета), в состав которого входит выпускающая
1	2	3	4	5	6
1					
2					
3					

*Приложение к рабочей  
программе дисциплины*



**КГУ**

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«КАЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «КГУ»)**

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ  
по дисциплине**

**Б1.В.07 Имиджелогия**

---

Направление подготовки      42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность                  Реклама и связи с общественностью в коммерческой  
сфере

Квалификация                  Бакалавр

---

г. Казань, 2023

Оценочные материалы по дисциплине Имиджелогия предназначены для оценивания результатов обучения на соответствие индикаторам достижения компетенций.

Оценивание результатов обучения по дисциплине осуществляется в рамках текущего контроля (ТК) и промежуточной аттестации, проводимых по балльно-рейтинговой системе (БРС).

## 1. Технологическая карта

Семестр 6

Наименование раздела	Формы и вид контроля	Рейтинговые показатели							
		I текущий контроль	Дополнительные баллы к ТК1	II текущий контроль	Дополнительные баллы к ТК2	III текущий контроль	Дополнительные баллы к ТК3	Итого	Промежуточная аттестация
<b>Раздел 1. «Имидж как социально-культурный феномен».</b>	<b>ТК1</b>	<b>15</b>	<b>0-15</b>					<b>15-30</b>	<b>15-30</b>
Сообщение		7							
Контрольная работа		4							
Реферат		4							
<b>Раздел 2. «Типы и виды имиджа».</b>	<b>ТК2</b>			<b>15</b>	<b>0-15</b>			<b>15-30</b>	<b>15-30</b>
Сообщение				7					
Реферат				4					
Творческое задание				4					
<b>Раздел 3. «Формирование имиджа».</b>	<b>ТК3</b>					<b>25</b>	<b>0-15</b>	<b>25-40</b>	<b>25-40</b>
Практическое задание						7			
Практическое задание						4			
Практическое задание						14			
<b>Промежуточная аттестация (экзамен)</b>	<b>ОМ</b>								<b>0-45</b>
Задание промежуточной аттестации									0-15
В письменной форме по билетам									0-30

## 2. Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации

Шкала оценки результатов обучения по дисциплине:

Код компетенции	Код индикатора компетенции	Запланированные результаты обучения по	Уровень сформированности индикатора компетенции			
			Высокий	Средний	Ниже среднего	Низкий

		дисциплине	от 85 до 100	от 70 до 84	от 55 до 69	от 0 до 54	
			Шкала оценивания				
			отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно	
			зачтено			не зачтено	
ПК 1.	ПК 1.2. Использует основные коммуникативные технологии, приемы имиджмейкинга в онлайн и офлайн среде при подготовке продуктов рекламы и связей с общественностью	<b>ЗНАТЬ:</b>					
		знает основные коммуникативные технологии	Знает основные коммуникативные технологии, при ответе не допускает ошибок.	Знает основные коммуникативные технологии, при ответе может допустить несколько негрубых ошибок.	Знает основные коммуникативные технологии, при ответе может допустить множество мелких ошибок.	Уровень знаний минимален, допускает грубые ошибки.	
		<b>УМЕТЬ:</b>					
		использовать основные коммуникативные технологии, приемы имиджмейкинга в онлайн и офлайн среде.	Демонстрирует умение использовать основные коммуникативные технологии, приемы имиджмейкинга в онлайн и офлайн среде, при ответе не допускает ошибок.	Демонстрирует умение использовать основные коммуникативные технологии, приемы имиджмейкинга в онлайн и офлайн среде, допускает при этом ряд небольших ошибок.	в целом демонстрирует умение использовать основные коммуникативные технологии, приемы имиджмейкинга в онлайн и офлайн среде, задание выполнено в неполном объеме.	не демонстрирует умение использовать основные коммуникативные технологии, приемы имиджмейкинга в онлайн и офлайн среде, задание не выполнено.	
ПК 1.	ПК 1.4. Участует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	<b>ВЛАДЕТЬ:</b>					
		Навыками подготовки продуктов рекламы и связей с общественностью	продемонстрировано владение навыками подготовки продуктов рекламы и связей с общественностью	продемонстрированы базовые навыки подготовки продуктов рекламы и связей с общественностью, допущен ряд мелких ошибок.	имеется минимальный набор навыков подготовки продуктов рекламы и связей с общественностью, много ошибок.	не продемонстрированы базовые навыки подготовки продуктов рекламы и связей с общественностью.	
		<b>ЗНАТЬ:</b>					
		принципы корпоративной культуры и основные инструменты внутренних коммуникаций	Знает принципы корпоративной культуры и основные инструменты внутренних коммуникаций, не допускает ошибок.	Знает принципы корпоративной культуры и основные инструменты внутренних коммуникаций, при ответе	Плохо знает принципы корпоративной культуры и основные инструменты внутренних коммуникаций, при ответе	Уровень знаний ниже минимального требования, допускает грубые ошибки.	

				может допустить несколько негрубых ошибок.	может допустить множество мелких ошибок.	
		уметь:				
	использовать основные инструменты внутренних коммуникаций	демонстрирует умение использовать основные инструменты внутренних коммуникаций, не допускает ошибок.	демонстрирует умение использовать основные инструменты внутренних коммуникаций, допускает при этом ряд небольших ошибок.	в целом демонстрирует умение использовать основные инструменты внутренних коммуникаций, задание выполнено в неполном объеме.	не использовать основные инструменты внутренних коммуникаций, задание не выполнено.	
		владеть:				
	навыками формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	продемонстрировано владение навыками формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций.	продемонстрированы базовые навыки навыками формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций, допущен ряд мелких ошибок	имеется минимальный набор навыков навыками формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций, много ошибок.	не продемонстрированы базовые навыки навыками формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций, допущены грубые ошибки.	

Оценка **«отлично»** выставляется за полные и содержательные ответы на вопросы билета (теоретическое и практическое задание);

Оценка **«хорошо»** выставляется за ответы на вопросы билета (теоретическое или практическое задание);

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется за выполнение письменных работ в семестре и тестовых заданий;

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется за слабое и неполное выполнение письменных работ в семестре и тестовых заданий.

### 3. Перечень оценочных средств

Краткая характеристика оценочных средств, используемых при текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине:



Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Описание оценочного средства
Доклад (Дкл), сообщение (Сбщ)	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов, сообщений
Контрольная работа (КнтР)	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу	Комплект контрольных заданий по вариантам
Практическое задание (ПЗ)	Средство оценки умения применять полученные теоретические знания в практической ситуации. Задание направлено на оценивание компетенций по дисциплине, содержит четкую инструкцию по выполнению или алгоритм действий	Комплект задач и заданий
Реферат (Рфр)	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы	Темы рефератов
Творческое задание (ТЗ)	Частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся	Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий

#### **4. Перечень контрольных заданий или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины**

**Для текущего контроля ТК1:**

Проверяемая компетенция: ОПК-1.3, ОПК-3.3

##### Темы сообщений

1. История становления научных воззрений на феномен имиджа в отечественной и зарубежной науке XX столетия.
2. Психология имиджа в системе социально-психологического знания.
3. Имидж как научная категория.
4. Основные типы имиджа и проблема их классификации.
5. Психосемиотика имиджа.
6. Восприятие имиджа как социально-психологическая проблема.
7. Социально-психологические основы формирования индивидуального имиджа человека.
8. Современные технологии психодиагностики имиджа.
9. Возможности психокоррекции имиджа.
10. Психологическая диагностика персонального и профессионального

имиджа человека.

### Комплект контрольных заданий

#### 1 вариант

1. Опишите роль PR в формировании позитивного корпоративного имиджа.
2. Дайте характеристику имиджу политика.
3. Опишите роль аудитории (обратной связи с аудиторией) в формировании (управлении) имиджа.
4. В чем суть имиджа творческого человека: необходимые элементы, стратегии продвижения?

#### 2 вариант

1. В чем суть имиджа женщины (-политика, бизнес и т.п.)?
2. Опишите имидж лидеров моды на разных исторических этапах.
3. В чем суть корпоративного имиджа?
4. В чем суть имиджа города (региона)?

### Темы рефератов

1. Вопросы коррекции персонального и профессионального имиджа человека в современной науке.
2. Проблема управления впечатлением и коррекция самоподачи образа «я» в общении.
3. Имидж в политике.
4. Технологии управления имиджем в политических кампаниях.
5. Имидж группы.
6. Профессиональный имидж педагога.
7. Социально-психологические основы формирования и управления корпоративным имиджем.

### **Для текущего контроля ТК2:**

Проверяемая компетенция: ОПК-1.3, ОПК-3.3.У

### Темы сообщений

1. Современное состояние и проблемы развития науки об имидже в России (21 век).
2. Теоретико-методологические основы современного научного изучения феномена имидж.
3. Социально-психологический анализ имиджа в сфере экономических отношений.
4. Психологические аспекты возникновения убеждения.
5. Запоминание и узнавание как эффект закрепляющих воздействий рекламных обращений.
6. Становление и развитие психологии рекламы в XX веке.
7. Имидж в процессе социализации личности.

8. Имидж политического деятеля как прикладная проблема современной науки.

9. Специфика профессиональной деятельности имидж-консультанта.

#### Темы рефератов

1. Технологии коррекции группового имиджа.

2. Характеристика основных критериев эффективного имиджа корпорации.

3. Эмпирическое исследование восприятия имиджа в науке (культуре и образовании).

4. Внешний имидж учебного заведения в восприятии абитуриентов.

5. Проблема формирования имиджа с заданными характеристиками качества.

6. Реклама в формировании позитивного имиджа товара.

7. Бренд и основные социально-психологические закономерности его формирования.

8. Затраты на рекламу и тенденции их роста.

9. Эксперименты 50-60-х годов по воздействию на подсознание рекламных обращений.

10. Привлечение интереса публики к рекламе.

11. Восприятие рекламных обращений и его особенности.

#### Тема творческого задания.

Анализ реального корпоративного имиджа фирмы:

Опираясь на механизмы формирования корпоративного имиджа, проанализировать реальный корпоративный имидж той или иной фирмы.

#### **Для текущего контроля ТКЗ:**

Проверяемая компетенция: ОПК-1.У.В, ОПК-3.У.В.

#### Комплект заданий.

Определение той или иной позиции киногероев в общении через их жесты и мимику:

изучив таблицу жестов и поз, а также посмотрев фрагмент кинофильма с участием Луи де Фюнеса, определить, какую информацию несут жесты и мимика главного героя фильма в продемонстрированной ситуации.

#### Комплект заданий.

Определение своей позиции в общении через жесты и мимику:

изучив таблицу жестов и поз, выразить:

- одобрение, сомнение, сочувствие, несогласие;
- открытость, закрытость;
- несогласие с собеседником;
- неподдельное внимание;

- ощущение неудобства и потерю самоконтроля;
- неуважение к собеседнику.

#### Комплект заданий.

Презентация корпоративного имиджа собственной фирмы:

пользуясь базовыми моделями корпоративного имиджа и знаниями о корпоративной культуре, создать и представить проект деятельности собственной фирмы. Результаты работы заносятся в таблицу в соответствии со следующим планом:

Название фирмы

Сфера деятельности

Количество сотрудников

Перспективный план формирования корпоративного имиджа (Направления деятельности фирмы по формированию имиджа, Содержание деятельности (мероприятия), ресурсы (средства) и исполнители (название подразделения или должность конкретного лица).

#### **Для промежуточной аттестации:**

##### Вопросы к зачету:

1. Формирование представлений об имидже в культуре второй половины XX в.
2. Предмет и законы имиджелогии.
3. Основные понятия имиджелогии. Имиджмейкинг, имиджбилдинг.
4. Проблема соотношения имиджмейкинга и PR в разработке и поддержании имиджа: теоретический и прикладной аспекты.
5. Имидж как система и процесс. Формирование имидж-модели. Проблемы практической реализации имидж-модели.
6. Структура имиджа. Структурный подход к формированию имиджа.
7. Типология имиджей.
8. Функции персонального имиджа.
9. Функции имиджа организации.
10. Анализ имиджа конкретного исторического лица (власть, политика, искусство).
11. Генезис деятельности по формированию имиджа. Анализ имиджа социально-исторического типа (фараон, свободный гражданин, монах, рыцарь, буржуа и т.п.).
12. Эстетический аспект имиджа. Специфика эстетического компонента в имиджевом решении.

13. Психологический аспект персонального имиджа. Условия и предпосылки формирования эффективного персонального имиджа.
14. Профессиональные требования к имиджу (для конкретной профессии, см. примеры: бизнес-тренер, социальный работник).
15. Природные предпосылки формирования персонального имиджа.
16. Имидж делового человека. Проблемы формирования и поддержания персонального имиджа в бизнес-среде.
17. Проблема соотношения имиджевых и этикетных требований в бизнес-сфере.
18. Роль корпоративной культуры в формировании имиджа фирмы.
19. Имидж как объект моделирования. Алгоритмы формирования имиджа.
20. Визуальное, вербальное, событийное, контекстное измерения имиджа.
21. Место «Я-концепции» в структуре персонального имиджа. (еще вариант)
22. Инструментарий имиджелогии. Типология средств создания имиджа. Условия и границы их применения и т.п.
23. Проблема соотношения субъекта и контекста в имиджевом решении.
24. Мифологизация как инструмент формирования имиджа (политика, шоу-бизнес, брендинг).
25. Роль стереотипов в создании и восприятии имиджа.
26. Проблема визуализации имиджа.