Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 21.09.2023 14:38:07
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета
экономики и управления

_____ /А.В. Назаренко/

«16» февраля 2023 г.

# РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

# «УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ИМИДЖЕЛОГИЯ»

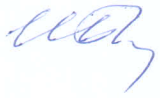
Направление подготовки
**38.03.03 Управление персоналом**
**Профиль «Экономико-правовое обеспечение трудовых процессов»**

Квалификация выпускника
**Бакалавр**

Форма обучения:
**очно-заочная (2023 год приема)**

**Москва 2023**

**Разработчик(и):**

Доцент кафедры
«Управление персоналом»,
к.э.н., доцент  /И.В. Белянина/

**Согласовано:**

Заведующий кафедрой
«Управление персоналом»,
д.э.н., профессор  /М.М. Крекова/

**Содержание**


1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине ..... 4
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы ..... 4
3. Структура и содержание дисциплины ..... 4
   - 3.1. Виды учебной работы и трудоемкость ..... 4
   - 3.2. Тематический план изучения дисциплины ..... 5
   - 3.3. Содержание дисциплины ..... 5
   - 3.4. Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий ..... 6
   - 3.5. Тематика курсовых проектов (курсовых работ) ..... 6
4. Учебно-методическое и информационное обеспечение ..... 6
   - 4.1. Нормативные документы и ГОСТы ..... 6
   - 4.2. Основная литература ..... 6
   - 4.3. Дополнительная литература ..... 7
   - 4.4. Электронные образовательные ресурсы ..... 7
   - 4.5. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение ..... 7
   - 4.6. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы ..... 7
5. Материально-техническое обеспечение ..... 7
6. Методические рекомендации ..... 7
   - 6.1. Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения ..... 7
   - 6.2. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины ..... 9
7. Фонд оценочных средств ..... 11
   - 7.1. Методы контроля и оценивания результатов обучения ..... 11
   - 7.2. Шкала и критерии оценивания результатов обучения ..... 11
   - 7.3. Оценочные средства ..... 13

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

*Цель дисциплины:* формирование и развитие у обучающихся личностных и профессиональных качеств в соответствии с направлением подготовки.

*Задачи дисциплины:*
- сформировать представление об управленческом имиджировании;
- изучить формы, методы и технологии управленческой имиджелогии;
- научиться разрабатывать концепции позиционирования и владения технологиями моделирования имиджа.

Обучение по дисциплине «Управленческая имиджелогия» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

| Код и наименование компетенций | Индикаторы достижения компетенции |
|---|---|
| ПК-1 Владеет навыками и методами сбора и анализа информации о состоянии рынка труда | ИПК-1.1. Знает: теоретико-методологические подходы к формированию бренда работодателя<br>ИПК–1.2. Умеет: формировать предложения по улучшению кадрового имиджа организации<br>ИПК–1.3. Владеет: навыками разработки мероприятий по повышению конкурентоспособности организации на рынке труда. |

## 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина «Управленческая имиджелогия» взаимосвязана логически и содержательно-методически с другими дисциплинами учебного плана, формирующими компетенции будущих бакалавров по направлению 38.03.03 Управление персоналом.

## 3. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (216 часов).

### 3.1 Виды учебной работы и трудоемкость

3.1.1. Очно-заочная форма обучения

| № п/п | Вид учебной работы | Количество часов | Семестры |
|---|---|---|---|
| **1** | **Аудиторные занятия** | **54** | 8 |
| | В том числе: | | |
| 1.1 | Лекции | 18 | 8 |
| 1.2 | Семинарские/практические занятия | 36 | 8 |
| **2** | **Самостоятельная работа** | **162** | 8 |
| | В том числе: | | |
| 2.1 | Подготовка к практическим занятиям | 116 | 8 |
| 2.2 | Подготовка доклада | 6 | 8 |
| 2.3 | Изучение литературы | 30 | |
| 2.4 | Подготовка к экзамену | 10 | 8 |
| **3** | **Промежуточная аттестация** | | |
| | Экзамен | | 8 |
| | **Итого** | **216** | 8 |

## 3.2 Тематический план изучения дисциплины

3.2.1. Очно-заочная форма обучения

| № п/п | Разделы/темы дисциплины | Трудоемкость, час | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | Всего | Аудиторная работа | | Самостоятельная работа |
| | | | Лекции | Семинарские/ Практические занятия | |
| **1** | **Раздел 1. Теоретические основы управленческой имиджелогии** | **104** | **8** | **16** | **80** |
| 1.1 | Тема 1. Имиджелогия как наука: статус и становление. | 32 | 2 | 4 | 26 |
| 1.2 | Тема 2. Понятие и типы имиджмейкинга | 34 | 2 | 4 | 28 |
| 1.3 | Тема 3. Способы формирования имиджа, коррекции и управление имиджем | 38 | 4 | 8 | 26 |
| **2** | **Раздел 2. Управление имиджем** | **112** | **10** | **20** | **82** |
| 2.1 | Тема 4. Управление персональным имиджем | 34 | 2 | 4 | 28 |
| 2.2 | Тема 5. Управление корпоративным имиджем | 38 | 4 | 8 | 26 |
| 2.3 | Тема 6. Управление имиджем продукта | 40 | 4 | 8 | 28 |
| | **Итого** | **216** | **18** | **36** | **162** |

## 3.3 Содержание дисциплины

**Раздел 1. Теоретические основы управленческой имиджелогии**

**Тема 1.** Имиджелогия как наука: статус и становление.

Возникновение имиджелогии как науки. Сущность и определение имиджелогии. Объект и предмет имиджелогии. Уровни имиджелогии как науки. Имиджелогия – отрасль современного человековедения. Понятие имиджа. Функции имиджа. Типология и структура имиджа. Природа имиджа, понятие социального стереотипа. История исследования проблемы имиджа. Основные элементы индивидуального и корпоративного имиджа.

**Тема 2**. Понятие и типы имиджмейкинга.

Имиджмейкинг как сфера деятельности. Имиджмейкер как профессионал. Имиджмейкинг и политический консалтинг. Культурные технологии как категория социологического анализа. Имиджмейкинг как культурная технология современности. Имиджмейкинг организаций в современной России.

**Тема 3.** Способы формирования имиджа, коррекции и управления имиджем.

Позиционирование. Манипулирование. Вербализация. Детализация. Эмоционализация. Имидж и миф. Взаимодействие имиджа и мифа. Национальные особенности возникновения имиджа и мифа. Характеристики мифологического сообщения. Национальные особенности возникновения имиджа и мифа. Переход от имиджа к мифу.

**Раздел 2. Управление имиджем**

**Тема 4.** Управление персональным имиджем

Механизмы конструирования персонального имиджа. Персональный имидж: атрибуты и факторы. Вербальная и невербальная коммуникации. Концепция персонального делового имиджа. Понятия личностного персонального, профессионального, делового имиджа. Факторы и компоненты персонального делового имиджа. Внешние факторы персонального делового имиджа: общие физические данные, мимика, одежда, жестикуляция, цветотип, макияж, аксессуары, типы лица, прическа и т. д. Внутренние факторы, определяющие персональный деловой имидж: уровень нравственности, внешние данные, интеллектуальные, художественные, информационные качества личности, склонность к общению и лидерству, коммуникабельность, эмпатичность, психическое здоровье и др.

**Тема 5.** Управление корпоративным имиджем.

Имидж организации. Управление корпоративным имиджем. Корпоративная культура. Имидж и репутация фирмы, товаров и услуг как важный фактор успешной рыночной деятельности. Определение корпоративного имиджа, его функции, задачи, источники и механизмы формирования. Корпоративная культура как элемент внутрикорпоративного имиджа.

**Тема 6.** Управление имиджем продукта.

Имидж продукта. Методика определения принципов воздействия имиджа компании на потребителей. Имидж как свойство продукта. Традиционная и современная модели коммуникации и имиджа. Понимание источников, факторов, структуры имиджа, связи имиджа с поведением потребителей и корпоративной идентичностью в традиционной и современной моделях.

### 3.4 Тематика семинарских/практических занятий

3.4.1. Семинарские/практические занятия

*Практическое/семинарское занятие 1,2.* Имиджелогия как наука: статус и становление
*Практическое/семинарское занятие 3,4.* Понятие и типы имиджмейкинга
*Практическое/семинарское занятие 5,6,7,8.* Способы формирования имиджа, коррекции и управления имиджем
*Практическое/семинарское занятие 9,10.* Управление персональным имиджем
*Практическое/семинарское занятие 11,12,13,14.* Управление корпоративным имиджем.
*Практическое/семинарское занятие 15,16,17,18.* Управление имиджем продукта.

### 3.5 Тематика курсовых проектов (курсовых работ)

Не предусмотрено учебным планом

## 4. Учебно-методическое и информационное обеспечение

### 4.1 Нормативные документы и ГОСТы

- Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ
- Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ

### 4.2 Основная литература

1. Семенова, Л. М. Имиджмейкинг : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 141 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11004-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/517753.

2. Семенова, Л. М. Профессиональный имиджбилдинг на рынке труда : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 243 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11387-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/517497.

### 4.3 Дополнительная литература

1. Семенова, Л. М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 141 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11529-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/517793.

2. Семенова, Л. М. Управление персоналом. Имиджбилдинг на рынке труда : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 243 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14393-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/520138.

### 4.4 Электронные образовательные ресурсы

Для изучения ряда тем может быть использован ЭОР Управленческая имиджелогия – https://online.mospolytech.ru/course/view.php?id=10576

### 4.5 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

1. Операционная система, Windows 11 (или ниже) - Microsoft Open License
2. Офисные приложения, Microsoft Office 2013(или ниже) - Microsoft Open License

### 4.6 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Справочно-консультационная база Консультант Плюс (некоммерческая версия) http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=home&utm_csource=online&utm_cmedium=button

## 5. Материально-техническое обеспечение

Аудитории, оснащенные учебной мебелью и переносным (стационарным) мультимедийным комплексом (проектор, ноутбук (компьютер)/ SMART доска).

## 6. Методические рекомендации

### 6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения

Данная дисциплина занимает важное место среди курсов, читаемых в рамках подготовки специалистов по управлению персоналом.

Своеобразие этого курса определяется объектом управления – человеческие ресурсы организации, и характером современной управленческой деятельности, направленной, прежде всего, на работу с персоналом, как основным ресурсом, определяющим конкурентоспособность организации. Управленческая деятельность не должна идти в разрез с действующими нравственными, организационно-управленческими, социально-экономическими, культурно-этическими, политико-правовыми и другими нормами. На лекциях студент должен освоить основные теоретические аспекты тем, а на практических занятиях показать не только знание общих теоретических вопросов изучаемой темы, но и отработать практику их применения для решения кейсов, основанных на реальных ситуациях.

В процессе подготовки к семинарскому занятию желательно ознакомиться с последними тенденциями в области предметной области, а также самостоятельно подобрать материал из профессиональных журналов, издаваемых по разным аспектам тем дисциплины.

Требования к лекции:

- научность и информативность (современный научный уровень), доказательность и аргументированность, наличие достаточного количества ярких, убедительных примеров, фактов, обоснований, документов и научных доказательств;

- активизация мышления слушателей, постановка вопросов для размышления, четкая структура и логика раскрытия последовательно излагаемых вопросов;

- разъяснение вновь вводимых терминов и названий, формулирование главных мыслей и положений, подчеркивание выводов, повторение их;

- эмоциональность формы изложения, доступный и ясный язык;

- применение интерактивных методов обучения.

В процессе обучения обучающегося используются различные виды учебных занятий (аудиторных и внеаудиторных): лекции, практические занятия, консультации. На первом занятии по данной учебной дисциплине необходимо ознакомить обучающегося с порядком ее изучения, раскрыть место и роль дисциплины в системе наук, ее практическое значение, довести до обучающегося требования кафедры, ответить на вопросы.

При подготовке к лекционным занятиям необходимо продумать план его проведения, содержание вступительной, основной и заключительной части лекции, ознакомиться с изменениями и дополнениями в действующем трудовом законодательстве, новинками учебной и методической литературы, публикациями периодической печати по теме лекционного занятия, определить средства материально-технического обеспечения лекционного занятия и порядок их использования в ходе чтения лекции.

В ходе лекционного занятия преподаватель должен назвать тему, учебные вопросы, ознакомить обучающегося с перечнем основной и дополнительной литературы по теме занятия. Во вступительной части лекции обосновать место и роль изучаемой темы в учебной дисциплине, раскрыть ее практическое значение. Если читается не первая лекция, то необходимо увязать ее тему с предыдущей, не нарушая логики изложения учебного материала. Раскрывая содержание учебных вопросов, акцентировать внимание обучающегося на основных категориях, явлениях и процессах, особенностях их протекания. Раскрывать сущность и содержание различных точек зрения и научных подходов к объяснению тех или иных явлений и процессов.

Следует аргументировано обосновать собственную позицию по спорным теоретическим вопросам. Приводить примеры. Задавать по ходу изложения лекционного материала вопросы и самому давать на них ответ. Это способствует активизации мыслительной деятельности обучающегося, повышению их внимания и интереса к материалу лекции, ее содержанию. Преподаватель должен руководить работой обучающегося по конспектированию лекционного материала, подчеркивать необходимость отражения в конспектах основных положений изучаемой темы, особо выделяя категориальный аппарат. В заключительной части лекции необходимо сформулировать общие выводы по теме, раскрывающие содержание всех вопросов, поставленных в лекции. Объявить тему очередного лекционного занятия, дать краткие рекомендации по подготовке. Определить место и время консультации обучающимся, пожелавшим выступить с докладами по актуальным вопросам обсуждаемой темы.

На лекции необходимо акцентировать внимание на общих вопросах, указывать на особенности профессиональной этики будущего специалиста по управлению персоналом. Средства, помогающие конспектированию, - акцентированное изложение материала лекции, т. е. выделение голосом, интонацией, повторением наиболее важной, существенной информации, использование пауз, записи на доске, демонстрации иллюстративного материала, строгое соблюдение регламента занятий.

Искусство лектора помогает хорошей организации работы обучающегося на лекции.

Содержание, четкость структуры лекции, применение приемов поддержания внимания – все это активизирует мышление и работоспособность, способствует установлению педагогического контакта, вызывает у обучающегося эмоциональный отклик, воспитывает навыки трудолюбия, формирует интерес к предмету.

## 6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

*Методические указания для работы над конспектом лекций во время проведения лекции.*

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера. При подготовке лекции преподаватель руководствуется рабочей программой дисциплины. В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к экзамену. Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Преподаватель приводит список используемых и рекомендуемых источников для изучения конкретной темы. В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

*Методические указания при работе на семинарском/практическом занятии.*

Семинары/практические занятия реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины. В ходе подготовки к ним рекомендуется повторить конспект лекций, изучить основную и дополнительную литературу, ознакомиться с новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам. В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов согруппников. Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Необходимо проанализировать действующее законодательства в рамках темы семинарского/практического занятия.

*Методические указания для обучающихся по освоению самостоятельной работы.*

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется тематическим планом. Данное время необходимо посвятить изучению соответствующей темы, подготовке семинарскому/практическому занятию (экзамену), выполнению заданий, выдаваемых преподавателем. При самостоятельной работе обучающийся взаимодействует с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

*Работа с литературой.*

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления, в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода. Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались. При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

*Методические рекомендации по подготовке к тестированию*

Тестирование является формой промежуточного, а также итогового контроля знаний студентов. Тестирование стимулирует систематическую работу студентов в течение всего периода изучения дисциплины, что повышает познавательно-творческую направленность самообразования. При подготовке к тестированию необходимо наряду с основной учебной литературой использовать конспекты лекций, дополнительную литературу или материалы из справочных (консультационных) баз.

*Методические рекомендации на составление и выступление с докладом.*

Доклад, как вид самостоятельной работы в учебном процессе, способствует формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, учит критически мыслить. При написании доклада по заданной теме студенту необходимо составляет план, подобрать основные источники. Как правило, при разработке доклада используется не менее 8-10 различных источников. В процессе работы с источниками нужно систематизировать полученные сведения, сделать выводы и обобщения. Общая тематика докладов определяется преподавателем, но в определении конкретной темы инициативу может проявить студент. Прежде чем выбрать тему доклада, автору необходимо выявить свой интерес, определить, над какой проблемой он хотел бы поработать, более глубоко ее изучить. Каждый доклад должен начинаться с введения. Введение - это вступительная часть научно-исследовательской работы. Автор должен приложить все усилия, чтобы в этом небольшом по объему разделе показать актуальность темы, раскрыть ее практическую значимость.

В основной части доклада раскрывается его содержание. Как правило, основная часть состоит из теоретического и практического разделов. В теоретическом разделе раскрываются история и теория исследуемой проблемы, дается критический анализ литературы и показываются позиции автора. В практическом разделе излагаются методы, ход, и результаты самостоятельно проведенного эксперимента или фрагмента. В основной части могут быть также представлены схемы, диаграммы, таблицы, рисунки и т.д. В заключении подводятся итоги работы, выводы, к которым пришел автор, и рекомендации. Заключение должно быть кратким, обязательным и соответствовать поставленным задачам. При подготовке устного выступления нужно учитывать его регламент - не более 10 минут. Весьма выигрышным является представление доклада, сопровождающееся презентацией.

*Методические рекомендации студентам для подготовки к экзамену.*

Подготовка студентов к экзамену включает три стадии:

- самостоятельная работа в течение учебного года семестра;
- непосредственная подготовка в дни, предшествующие экзамена;
- сдача экзамена.

Подготовку к экзамену целесообразно начать с изучения и проработки нормативно-правовых источников и литературы. Прежде всего, следует внимательно перечитать учебную программу и программные вопросы для подготовки к экзамену, чтобы выделить из них наименее знакомые. Далее должен следовать этап повторения всего программного материала. На эту

работу целесообразно отвести большую часть времени. Следующим этапом является самоконтроль знания изученного материала, который заключается в устных ответах на программные вопросы, выносимые на экзамен. Тезисы ответов на наиболее сложные вопросы желательно записать, так как в процессе записи включаются дополнительные моторные ресурсы памяти. Предложенная методика непосредственной подготовки к экзамену может быть и изменена. Так, для студентов, которые считают, что они усвоили программный материал в полном объеме и уверены в прочности своих знаний, достаточно беглого повторения учебного материала. Основное время они могут уделить углубленному изучению отдельных, наиболее сложных, дискуссионных проблем.

Основным источником подготовки к экзамену является конспект лекций. Учебный материал в лекции дается в систематизированном виде, основные его положения детализируются, подкрепляются современными фактами и нормативной информацией, которые в силу новизны, возможно, еще не вошли в опубликованные печатные источники. Правильно составленный конспект лекций содержит тот оптимальный объем информации, на основе которого студент сможет представить себе весь учебный материал. Следует точно запоминать термины и категории, поскольку в их определениях содержатся признаки, позволяющие уяснить их сущность и отличить эти понятия от других. В ходе подготовки к экзамену необходимо обращать внимание не только на уровень запоминания, но и на степень понимания категорий и реальных юридических проблем. А это достигается не простым заучиванием, а усвоением прочных, систематизированных знаний, аналитическим мышлением.

## 7. Фонд оценочных средств

### 7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения

Текущий контроль (работа на практических/семинарских занятиях):

- устные опросы
- тестирование
- решение задач
- выступление с докладом

Промежуточный контроль

- тестирование

### 7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения

***Устный опрос***

Развернутый ответ студента должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на заданную тему, показывать его умение применять определения, правила в конкретных случаях.

*Показатели оценивания*:

1) полнота и правильность ответа;
2) степень осознанности, понимания изученного;
3) языковое оформление ответа.

*Критерии оценивания устного опроса:*

**5 баллов** ставится, если студент полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.

**4 балла** ставится, если студент дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для 5 баллов, но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.

**3 балла** ставится, если студент обнаруживает знание и понимание основных положений темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.

**2 балла** ставится, если студент обнаруживает незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

***Тестирование (текущий и промежуточный контроль)***

до 51% - неудовлетворительно
51%-80% - удовлетворительно
81% - 90% - хорошо
91% - 100% - отлично

***Решение задач***

**5 баллов** ставится, если задача решена полно и правильно. Обучающийся выявил все аспекты, имеющие значение для решения задачи. Приведены указания нормативно-правовых актов, на основании которых принималось решение. Ответ является логичным и последовательным, все аргументы основываются на нормах права.

Если решение задачи расходится с указанным в критериях оценки ответов, оно также может быть оценено на оценку «отлично», если предложенный вариант решения является логичным, тщательно обоснованным и основан на действующих нормах права..

**4 балла** ставится, если Задача решена достаточно полно и правильно. Автор выявил все основные аспекты, имеющие значение для решения задачи. Приведены указания нормативно-правовых актов, на основании которых принималось решение. Пропущен ряд важных деталей или уделено внимание посторонним аспектам. Допущено несколько незначительных ошибок..

**3 балла** ставится, обучающийся выявил все основные аспекты, имеющие значение для решения задачи. Задача решена в целом правильно, однако неполно или с существенными ошибками. Логика работы недостаточно хорошо выстроена..

**2 балла** ставится, если ответ отсутствует полностью. Ответ не соответствует содержанию задачи или неправильно определены применимые источники права. Отдельные фрагментарные правильные аргументы и ссылки на источники не позволяют оценить выполненную работу положительно.

***Доклад***

**5 баллов** при выполнении следующих условий:

1. В раскрыты следующие вопросы:
- суть рассматриваемого аспекта и причину его рассмотрения,
- описание существующих для данного аспекта проблем и предлагаемые пути их решения.
2. Соблюдение регламента при представлении доклада.
3. Представление, а не чтение материала.
4. Использование актуальных нормативных, монографических и периодических источников литературы.
5. Четкость дикции.
6. Правильность и своевременность ответов на вопросы.
7. Доклад сопровождается презентацией

**4 балла**: невыполнение любых двух из указанных условий.
**3 балла** : невыполнение любых трех из указанных условий.
**2 балла**: невыполнение любых четырех из указанных условий.

## 7.3 Оценочные средства

7.3.1. Текущий контроль

*Примерные вопросы по темам*

**Тема 1.** Имиджелогия как наука: статус и становление.

1. Какую роль играет самопрезентация в формировании профессионального имиджа сотрудника
2. Какие цели и этапы самопрезентации вы знаете?
3. Перечислите основные правила эффективной самопрезентации.
4. Какие типичные ошибки самопрезентации вы знаете?

**Тема 2.** Понятие и типы имиджмейкинга.

1. Дать характеристику предмету и структуре переговоров.
2. Охарактеризовать основные тактики и контртактики ведения переговоров.
3. Раскрыть основные варианты поведения на переговорах и техники взаимодействия
4. Назвать и проинтерпретировать функции и приемы ведения переговоров.

**Тема 3.** Способы формирования имиджа, коррекции и управления имиджем.

1. Дать определение переговорам как виду специфической коммуникации.
2. Назвать и раскрыть содержание основных подходов к ведению переговоров.
3. Дать характеристику основным элементам переговорной коммуникации.
4. Охарактеризовать алгоритм подготовки переговорной коммуникации.

**Тема 4.** Управление персональным имиджем

1. Раскрыть содержание факторов личностного имиджа.
2. Перечислить и охарактеризовать цели и техники социального влияния.
3. Раскрыть элементы установочной системы.

**Тема 5**. Управление корпоративным имиджем.

1. Дать определение личностного и корпоративного имиджа.
2. Дать характеристику этапов создания имиджа.
3. Дать характеристику элементам структуры корпоративного имиджа

**Тема 6.** Управление имиджем продукта.

1. Дать определение имиджа продукта.
2. Какие методы используются для определения принципов воздействия имиджа компании на потребителей.
3. Чем отличаются традиционная и современная модели коммуникации и имиджа.

***Примерные тестовые вопросы***

**1. Внутренние коммуникации –**

1) распространяются за рамки организации, то есть коммуникатор или получатель сообщения находится за пределами структуры

2) осуществляются в рамках самой организации

**2. Горизонтальные коммуникации–**

1) коммуникации между людьми, стоящими на различных ступеньках социальной иерархии

2) коммуникации между лицами одинакового статуса или уровня в социальной иерархии.

**3. Status id применительно к имиджелогии –**

1) выступает необходимость научить человека создавать свой положительный

2) это отсутствие у большинства людей специальных знаний о путях и средствах формирования своего положительного имиджа.

**4. Реальный имидж –**

1) образ организации, который сложился у представителей групп общественности под влиянием объективных и субъективных факторов, стихийно или был сформирован целенаправленно

2) желаемый позитивный образ организации, который выстраивается с помощью определенных технологий и к которому следует приближать реальный имидж.

**5. Текущий имидж –**

1) это взгляд со стороны на образ.

2) это имидж, который свойственен нашему представлению о себе

***Примерные задачи для решения***

Задача 1.

1. Проанализируйте свой индивидуальный имидж. Какой стиль одежды вы предпочитаете? Почему? Какая цветовая гамма преобладает в вашем гардеробе? Какие факторы влияют на ваш выбор одежды (личные предпочтения, советы друзей и др.)? Всегда ли вы уместно себя чувствуете на официальных 20 мероприятиях? Посмотрите свои общие фотографии с друзьями. Можно ли проследить, соответствует ли обстановка выбору одежды?

2. Подготовьте небольшое выступление – самопрезентацию (3-5 минут), где попробуйте отразить основные черты вашего индивидуального имиджа.

Задача 2.

Ознакомьтесь с миссией компании Microsoft с точки зрения отражения корпоративного имиджа и проанализируйте ее составляющие. В соответствии с миссией компании, выработаны основополагающие цели, внимательно ознакомьтесь с ними. Какую черту корпоративного имиджа формирует каждая из целей? Миссия компании Microsoft завершается словами: «Мы, корпорация Microsoft, стремимся помочь нашим клиентам двигаться к новой цели и добиваться невозможных ранее результатов».

На какие целевые аудитории ориентирован данный текст? Выявите основные тематические блоки миссии компании Microsoft. Почему для раскрытия миссии использована именно такая структура? Сформулируйте основные черты имиджа данной компании на основании изученного документа.

***Перечень тем для подготовки доклада***

1. История имиджелогии как науки.
2. История управленческой имиджелогии.
3. Имидж и социальный стереотип. Функции имиджа.
4. Dress-code, look, стиль, мода, образ.
5. Имидж, репутация, имиджирование. Искусство самопрезентации.
6. Колористика. Исторические этапы развития знаний и представлений о цвете.
7. Анализ и сравнение женских и мужских стилевых направлений.
8. Fashion-маркетинг. Временные рамки Fashion- сезонов.
9. Имидж продукта и место имиджмейкера в работе над ним.

10. Корпоративная культура, миссия, спецификация работы с персоналом.

11.Персональный деловой имидж: понятие, атрибуты, факторы.

12.Психология конструирования эффективного взаимодействия с клиентом.

13.Роль СМИ в создании имиджа персоны, идеи, организации

14.Брендинг. Современные рекламные технологии

15.Основные понятия имиджелогии. Имиджмейкинг, имиджбилдинг.

16.Имидж как система и процесс. Формирование имидж-модели. Проблемы практической реализации имидж-модели.

17.Структура имиджа. Структурный подход к формированию имиджа.

18.Типология имиджей.

19.Функции персонального имиджа.

20.Функции имиджа организации.

21.Анализ имиджа конкретного исторического лица (власть, политика, искусство).

22.Генезис деятельности по формированию имиджа. Анализ имиджа социально-исторического типа (фараон, свободный гражданин, монах, рыцарь, буржуа и т.п.).

23.Эстетический аспект имиджа. Специфика эстетического компонента в имиджевом решении.

24.Психологический аспект персонального имиджа. Условия и предпосылки формирования эффективного персонального имиджа.

25.Имидж делового человека. Проблемы формирования и поддержания персонального имиджа в бизнес-среде.

26.Проблема соотношения имиджевых и этикетных требований в бизнес-сфере.

27.Роль корпоративной культуры в формировании имиджа фирмы.

28.Имидж как объект моделирования. Алгоритмы формирования имиджа.

29.Визуальное, вербальное, событийное, контекстное измерения имиджа.

30.Инструментарий имиджелогии. Типология средств создания имиджа. Условия и границы их применения и т.п.

31.Роль стереотипов в создании и восприятии имиджа.

32.Проблема визуализации имиджа.

33.Роль цвета в создании имиджа.

34.Роль выразительных форм в создании имиджа.

35.Проблема оценки составляющих корпоративного имиджа.

36.Соотношение корпоративной философии и корпоративного имиджа: теоретический и прикладной аспекты.

37.Социальный имидж организации.

38.Бизнес-имидж организации.

39.Образ российского бизнеса: пути становления и проблемы.

40.Имидж политика: теоретические проблемы, методы анализа.

7.3.2. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация может проходить посредством тестирования или посредством ответа на экзаменационный билет. При проведении промежуточной аттестации в форме тестирования тест должен охватывать все темы курса. При проведении промежуточной аттестации посредством ответа на экзаменационные билеты. В каждом билете должно быть по 2 вопроса.

*Примерный формат тестовых вопросов:*

**1. Множественный имидж –**

1) отражает то, к чему человек стремится

2) это имидж, образующийся при наличии независимых структур вместо единой корпорации

**2. Функция противопоставления –**

1) Подразумевает ориентацию на то, чтобы подготовить почву для создания положительного образа именно данного объекта. Самый распространенный механизм — сопоставление объекта с конкурентами и выделение его преимуществ

2) характеризует «облегченное» восприятие аудиторией объекта, возможность предоставления ей лишь самых ключевых моментов, задающих основные параметры объекта.

**3. Закрытый имидж –**

1) люди могут вписывать в имидж те черты, которые сами считают наиболее убедительными

2) это имидж организации в целом

**4. Внутренний имидж предприятия – это:**

1) ориентирован на общественное окружение компании

2) представления персонала о своей организации; он должен рассматриваться как важный источник информации о фирме для внешних аудиторий: корпоративная культура, социально-психологический климат и т.д..

**5. Двусторонняя асимметричная модель:**

1) предназначена для управления конфликтами и улучшения взаимоотношений с общественностью. С одной стороны, утверждается, что говорить и слушать лучше, чем только говорить. С другой – предлагается работать с аудиториями не в назидательном тоне, а в форме переговоров.

2) применяется более сложный подход, предполагающий использование результатов исследований при подготовке сообщения, задача которого – убедить аудиторию принять желательную для организации коммуникативную модель поведения

*Перечень вопросов для подготовки к экзамену.*

1. Базовая модель технологии имиджирования.
2. Бизнес-имидж организации.
3. Важнейшие психологические измерения имиджа: направленность, интенсивность,
4. Взаимосвязь менталитета и имиджа.
5. Внутренние и внешние факторы, определяющие персональный имидж
6. Гражданский этикет.
7. Дать определение личностного и корпоративного имиджа.
8. Дать характеристику элементам структуры корпоративного имиджа.
9. Дать характеристику этапов создания имиджа.
10. Значение имиджа и имиджирования в деловой жизни.
11. Имидж как модель интерпретации деятельности социального объекта массовым
12. Имидж как средство решения личностных проблем.
13. Имидж представителя финансовой структуры.
14. Имидж продукта
15. Имидж руководителя: специфика и особенности функционирования
16. Имиджирование как путь к успеху.
17. Имиджирование как форма самопрезентации.
18. Имидж-технологии.
19. Индивидуальные факторы, детерминирующие имидж.
20. Какие знания и умения приоритетны в имиджелогии?
21. Какие существуют направления и отрасли имиджелогии?
22. Каковы функции имиджа, их теоретическое и практическое значение?

23. Классификации разновидностей имиджа.
24. Компоненты внешнего имиджа организации.
25. Место и роль имиджелогии в современных массовых коммуникациях.
26. Определение и концептуальные характеристики имиджа.
27. Основные принципы организации имиджирования.
28. Основные типы имиджа.
29. Особенности формирования корпоративного имиджа в современных организациях.
30. Политический имидж: специфика и особенности функционирования.
31. Понятие вербального имиджа
32. Понятие персонально-делового имиджа
33. Психологические особенности имиджа успешных руководителей.
34. Психологические способы создания позитивного имиджа.
35. Роль причѐски в имидже. Основные требования при индивидуальном подборе
36. Современная модель корпоративного имиджа.
37. Соотношение сознательных и бессознательных компонентов имиджа.
38. Составляющие кинетического имиджа
39. Сохранение и защита внутреннего имиджирования в организации
40. Способы и средства внешнего имиджирования в организации.
41. Способы и средства внутреннего имиджирования в организации.
42. Традиционная модель корпоративного имиджа.
43. Универсальное значение имиджелогии.
44. Характеристика имиджеформирующих технологий (брендинг, фэйсбилдинг, типизация, стилизация, позиционирование, мифологизация, аффектация, дистанцирование).
45. Цвет и зрительное восприятие.
46. Цели организации и их отношение к корпоративной философии.
47. Ценности организации как часть корпоративной философии.
48. Что такое имидж как феномен и как научное понятие?