



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Посова»

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по образовательной деятельности,
председатель методического совета


И.Р. Абдулвелеев

8 февраля 2024 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ИМИДЖ И КРЕАТИВНОСТЬ

**Для основных образовательных программ
с индивидуальной образовательной траекторией**

Уровень высшего образования – бакалавриат

Форма обучения

Очная

Курс 1-4 по выбору студента
Семестр 2-7 по выбору студента

Магнитогорск
2024 г.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании методического совета
08.02.2024, протокол № 1.

Согласовано с руководителями ООП:

Зав. кафедрой ЭПП

А.В. Варганова

Зав. кафедрой экономики

А.Г. Васильева

Зам. директора ИЕиС по воспитательной работе,
доцент кафедры ТССА

А.С. Лимарев

Доцент кафедры ПОиД

Т.Г. Неретина

Зам. директора ИЕиС по учебной работе,
доцент кафедры ПЭиБЖД

Ю.В. Сомова

Зав. кафедрой ЛПиМ

Н.А. Феоктистов

Зав. кафедрой ЛиУТС

О.В. Фридрихсон

Зав. кафедрой МиХТ

А.С. Харченко

1 Цели освоения дисциплины (модуля)

Целью дисциплины, имеющей прикладной характер, является формирование у обучающихся комплекса знаний, навыков и умений по формированию личного и профессионального имиджа и раскрытию творческого потенциала человека.

2 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Имидж и креативность входит в часть учебного плана формируемую участниками образовательных отношений образовательной программы.

Для изучения дисциплины необходимы знания (умения, владения), сформированные в результате изучения дисциплин/ практик:

Эффективная коммуникация

3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля) и планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины (модуля) «Имидж и креативность» обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
УК-6.1	Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей
УК-6.2	Определяет приоритеты собственной деятельности, личного развития и профессионального роста
УК-6.3	Оценивает требования рынка труда и предложения образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста

4. Структура, объём и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетных единиц 36 акад. часов, в том числе:

- контактная работа – 18,1 акад. часов;
- аудиторная – 18 акад. часов;
- внеаудиторная – 0,1 акад. часов;
- самостоятельная работа – 17,9 акад. часов;
- в форме практической подготовки – 0 акад. час;

Форма аттестации - зачет

Раздел/ тема дисциплины	Семестр	Аудиторная контактная работа (в акад. часах)			Самостоятельная работа студента	Вид самостоятельной работы	Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Код компетенции
		Лек.	лаб. зан.	практ. зан.				
1. Габитарный имидж человека								
1.1 Одежда как способ самовыражения, или Как отстоять право быть непохожим на других	2			2	2	Подготовка к устному опросу и собеседованию, к тестированию.	Устный опрос, собеседование, тестирование.	
1.2 Современная мода, или Как быть стильным				2	2	Подготовка к устному опросу и собеседованию, к тестированию.	Устный опрос, собеседование, тестирование.	
1.3 Культура отношения к собственному телу, или как научиться выглядеть привлекательно				2	2	Подготовка к устному опросу и собеседованию, к выполнению творческих заданий.	Устный опрос, собеседование, творческие задания	
Итого по разделу				6	6			
2. Вербальный и невербальный имидж								
2.1 Культура общения, или Как научиться быть интересным собеседником	2			2	2	Подготовка к устному опросу и собеседованию, к тестированию.	Устный опрос, собеседование, тестирование.	
2.2 Культура невербального общения, или Какие пальцы не стоит загибать				2	2	Подготовка к устному опросу и собеседованию, к тестированию.	Устный опрос, собеседование, тестирование.	
2.3 Этикет невербального общения в разных странах, или Как разговаривать с представителем другой культуры на языке тела				2	2	Подготовка к устному опросу и собеседованию, к выполнению творческих заданий.	Устный опрос, собеседование, творческие задания	

Итого по разделу			6	6			
3. Этикет и его роль в формировании имиджа							
3.1 Светский этикет, или Как в любой ситуации не потерять себя и остаться естественным	2		2	2	Подготовка к устному опросу и собеседованию, к тестированию.	Устный опрос, собеседование, тестирование.	
3.2 Столовый этикет, или Как научиться различать 20 видов вилок и ножей			2	2	Подготовка к устному опросу и собеседованию, к тестированию.	Устный опрос, собеседование, тестирование.	
3.3 Гендерный этикет, или Как понравится партнеру и построить здоровые отношения			2	1,9	Подготовка к устному опросу и собеседованию, к выполнению творческих заданий	Устный опрос, собеседование, творческие задания	
Итого по разделу			6	5,9			
Итого за семестр			18	17,9		зачёт	
Итого по дисциплине			18	17,9		зачет	

5 Образовательные технологии

Для реализации предусмотренных видов учебной работы в качестве образовательных технологий в преподавании дисциплины «Имидж и креативность» используются традиционная и модульно-компетентностная технологии.

Реализация компетентного подхода предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

При проведении учебных занятий преподаватель обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств посредством проведения занятий в интерактивной форме, групповых дискуссий, ролевых игр, анализа ситуаций, учета особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Представлено в приложении 1.

7 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

Представлены в приложении 2.

8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

а) Основная литература:

1. Семенова, Л. М. Имиджмейкинг : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 141 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11004-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/viewer/imidzhmeyking-542098#page/1> (дата обращения: 04.02.2025).

б) Дополнительная литература:

1. Патрахина, Т. Н. Инструкция молодого специалиста. Как сформировать профессиональный имидж в социальной сети «ВКонтакте» : учебное пособие / Т. Н. Патрахина, К. С. Вялкова, Н. В. Терещенко. — Нижневартовск : НВГУ, 2020. — 50 с. — ISBN 978-5-00047-561-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://reader.lanbook.com/book/208181> (дата обращения: 15.04.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Семенова, Л. М. Профессиональный имиджбилдинг на рынке труда : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 243 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11387-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/viewer/professionalnyy-imidzhbuilding-na-rynke-truda-565656#page/1> (дата обращения: 04.02.2025).

в) Методические указания:

Методические рекомендации для самостоятельной работы студентов представлены в Приложении 3.

г) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

Программное обеспечение

Наименование ПО	№ договора	Срок действия лицензии
7Zip	свободно распространяемое ПО	бессрочно

MS Office 2007 Professional	№ 135 от 17.09.2007	бессрочно
Adobe Reader	свободно распространяемое	бессрочно

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Название курса	Ссылка
Национальная информационно-аналитическая система – Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)	URL: https://elibrary.ru/project_risc.asp
Поисковая система Академия Google (Google Scholar)	URL: https://scholar.google.ru/
Электронные ресурсы библиотеки МГТУ им. Г.И. Носова	https://host.megaprolib.net/MP0109/Web

9 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

- 1) Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа.
 - Мультимедийные средства хранения, передачи и представления информации.
 - Комплекс тестовых заданий для проведения промежуточных и рубежных контролей.
- 2) Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации
 - Мультимедийные средства хранения, передачи и представления информации.
 - Комплекс тестовых заданий для проведения промежуточных и рубежных контролей.
- 3) Помещения для самостоятельной работы
 - Персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.
- 4) Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования
 - Шкафы для хранения учебно-методической документации, учебного оборудования и учебно-наглядных пособий.

Приложение 1. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Вопросы к устному опросу, задания по разделу I: **«Габитарный имидж человека»**

Вопросы к устному опросу

1. В чем особенность визуализации, используемой в имиджелогии?
2. Какие существуют модели восприятия?
3. В чем суть визуального измерения имиджа организации?
4. Каковы психологические особенности визуальной коммуникации?
5. Какие вы знаете стратегии формирования имиджа?
6. Каковы составляющие имиджа?
7. Какие вы знаете инструменты формирования имиджа?
8. В чем суть технологий формирования имиджа организации?
9. Назовите основные инструменты формирования имиджа компании в Интернете?
10. Каковы приемы формирования габитарного имиджа?

Задания

1. Задание «Заботитесь ли вы о внешнем виде?»

Уделяете ли вы достаточно внимания своему внешнему виду? На этот вопрос вам поможет ответить этот небольшой тест.

1. Аккуратно ли уложена ваша одежда в шкафу?

да, вся целиком – 3

в основном да – 2

нет – 1

2. Приготовливаете ли вы свою одежду, обувь и сумку заранее на завтра?

да, всегда – 3

иногда – 2

обычно нет – 1

3. Когда вы обычно пришиваете оторвавшуюся пуговицу?

сразу, как оторвется – 3

после возвращения домой – 2

только после того, как кто-нибудь обратит на это ваше внимание – 1

4. Как вы заботитесь о своей одежде?

после прихода домой переодеваетесь и аккуратно укладываете одежду – 3

о состоянии своей одежды вспоминаете лишь перед выходом из дома – 2

не заботитесь о своей одежде – 1

5. Как вы носите обувь?

ремонтирую часто, по мере необходимости – 3

носите разную обувь на работе, дома, для занятий спортом, для поездки за город – 2

носите одни и те же туфли, пока они не развалятся – 1

6. Как часто вы посещаете парикмахера?

как правило, раз в месяц – 3

раз в полгода – 2

только тогда, когда уже не можете на себя смотреть – 1

7. Что для вас означают косметические средства?

это ваша необходимая ежедневная потребность – 3

важная часть гигиены – 2

бесполезная трата денег – 1

Решение:

7-14 баллов: вы не лишены элегантности, но небольшие огрехи, как, например, стоптанные каблуки на туфлях, оторванная пуговица, пятно на юбке или оторвавшийся подол, могут повредить тому общему впечатлению, которое вы стараетесь производить на других.

15 и более баллов: вы уделяете достаточно внимания своей внешности, как она того заслуживает. Люди с удовольствием, а иногда, к сожалению, и с завистью наблюдают, как хорошо вы выглядите.

2. Задание «Мой имидж»

Инструкция. Вам предлагается ряд утверждений, на которые вы должны ответить «да» или «нет»:

1. Я уверен в себе.
2. Во время разговора я смотрю собеседнику в глаза.
3. У меня есть чувство юмора.
4. Я доброжелательно отношусь к людям.
5. Я уверен в своей внешней привлекательности.
6. Во время разговора я полностью сосредоточен на собеседнике и не прерываю его.
7. Я испытываю чувство самоуважения.
8. Я всегда вежлив даже с неприятными мне людьми.
9. Я из тех людей, которые «не лезут за словом в карман».
10. Я считаю, что мое физическое здоровье и развитие – в норме.
11. Я предпочитаю взаимовыгодное разрешение споров.
12. Я постоянно улыбаюсь окружающим.
13. Если я не прав, я быстро признаю свои ошибки.
14. Я умею разряжать свои отрицательные эмоции.
15. Я говорю людям комплименты.
16. Моя профессиональная компетентность не вызывает сомнения.
17. Мой гардероб тщательно подобран.
18. Я знаком с методами самоуспокоения и релаксации.
19. Мои волосы всегда чисты и тщательно причесаны.
20. Я владею практикой действий в конфликтных ситуациях.
21. Я продолжаю повышать свой профессионализм.
22. Я питаюсь правильно и избавлен от вредных привычек.
23. Я владею приемами красноречия.

Результат:

Если на все вопросы вы ответили «да», то проблемы создания имиджа для вас не существует. Если присутствует «нет», то это сигнал к соответствующим действиям. Обратите на себя пристальное внимание и строгий взгляд и попробуйте определить, какие аспекты имиджа вас удовлетворяют и где, как вам кажется, вам требуется помощь.

Составляющая имиджа	Создает помехи	На среднем уровне	Выше среднего	Первоклассно
Звучание вашего голоса				
Искусство общения письменного и устного				
Навыки презентации				
Светские навыки				
Умение вести себя за столом				
Визуальный контакт				
Рукопожатие				
Осанка				
Поддержание формы				
Уход за собой				
Одежда и индивидуальный стиль				
Манеры				

3. Задание «Анализ имиджа политика»

Проиллюстрируйте значимость визуального компонента для имиджа политика на любых примерах.

Вопросы к устному опросу, практические задания по разделу II: «Вербальный и невербальный имидж»

Вопросы к устному опросу

1. Почему голос – один из важных составляющих имиджа?
2. Что создает красоту звучащего голоса?
3. Что такое дикция?
4. Какой вид дыхания является оптимальным для звучащей речи?
5. Назовите факторы вербального имиджа.
6. Назовите универсальные требования к устной речи.
7. Что такое жест?
8. Какие жесты вы знаете?
9. Назовите жесты позитивные, негативные и колебания. Какие жесты отражают позитивные, а какие негативные чувства?
10. Как объяснить несовпадение или противоречие жестов, мимики и речи?

Задания

1. Задание «Построение деловых отношений с клиентом по телефону (ролевая игра)»

Запишите текст для голосовой почты (автоответчика) следующих организаций:

Условие 1.

Экстренная аварийная служба «Водоканал» круглосуточно на связи. Принимаем заявки от жителей города и коммунальных служб, не имеющих в штате аварийки, на ликвидацию аварийных ситуаций, связанных с засорами канализационных сетей. Засор канализации – вещь весьма неприятная, к тому же влекущая за собой такие последствия, как утечка сточных вод в жилые помещения или возникновение омерзительного запаха. Если у вас дома или на работе возник засор, его нужно устранить, а поможет в этом аварийная служба. Прочистка канализации, устранение засоров в трубах – наша работа. Аварийная бригада готова выехать на помощь 24 часа в сутки. Выезжаем в любые районы города Перми. Аварийная бригада устраняет засоры наружной канализационной сети и внутренней канализации в любых зданиях – многоквартирных домах, офисных и производственных помещениях, объектах коммерческой недвижимости, загородных домах и коттеджах и т.д. Помимо экстренного устранения аварии, наши специалисты могут провести инспекцию всех элементов канализационной, вентиляционной или водопроводной сетей, дадут рекомендации по предотвращению аварийных ситуаций, укажут на слабые места сети или узел с высоким риском образования нового засора. Наша деятельность направлена на то, чтобы мы как можно реже встречались в дальнейшем с теми, кто позвонил нам на номер аварийной службы, поэтому и рекомендуем, как улучшить ситуацию с вашими коммуникациями и минимизировать риск повторения аварии из-за засора.

В перечень оказываемых услуг входит:

- Аварийная служба по ликвидации ЧС на сетях и их последствий (круглосуточно);
- Устранение засоров канализации современными методами;
- Чистка трубопроводов внешних и внутренних сетей с целью профилактики;
- Устранение засоров в ливнёвках и в хозяйственно-бытовых коммуникациях;
- Ликвидация последствий засоров: прочистка, паровая обработка, дезинфекция;
- Диагностика трубопроводов с помощью видео- и телеоборудования.

Условие 2.

Туристическая компания «Вояж-трэвл» – 25 лет на международном рынке туризма.

Пакет услуг:

- Своевременная полная и достоверная информация о разных направлениях туризма, странах, отелях, билетах, визах, трансферах, экскурсиях и т.д.;
- Индивидуальный подход. Мы подберем то, что нужно именно Вам, проработаем варианты до деталей, проинформируем о тонкостях направления;
- Комплексное обслуживание и консалтинг корпоративных клиентов в сфере планирования и проведения деловых поездок;
- Наличие нескольких систем бронирования позволяет предлагать полную информацию о перелетах и самые оптимальные по цене маршруты;
- Оформление документов для подачи в Консульства иностранных государств;
- Организация экскурсий для Ваших иностранных партнеров на Урале;
- Туры в безвизовые страны;
- Путешествия более чем в 100 стран мира;
- Наряду с классическими предложениями по отдыху на море, в горах или экскурсионными маршрутами, у нас есть уникальные сценарии: мы можем порекомендовать частную яхту, виллу или остров.

Условие 3.

Типография «А Принт» была основана в 2004 году. Тогда в Пермь прибыла одна из первых в городе цифровых печатных машин серьезного уровня, и прибыла она именно в нашу типографию! Зимой 2007 года мы приобрели еще более мощную («продвинутую») машину Xerox DC 7000, которая позволила улучшить качество производимой продукции и увеличить скорость печати. Словосочетание «оперативная полиграфия» – не просто красивые слова, это норма нашей работы, наше кредо. Сегодня штат типографии насчитывает 15 человек: менеджеры, дизайнеры, печатники, администрация. Каждый сотрудник обладает необходимой квалификацией, чтобы выполнять поставленные задачи качественно и в срок, обозначенный заказчиком. Типография «А Принт» предлагает вам полный набор услуг по изготовлению качественной полиграфии, допечатной и послепечатной обработке:

- Цифровая печать;
- Оперативная печать;
- Печать на ризографе;
- Офсетная печать;
- Широкоформатная печать;
- Шелкография и сувенирная печать;
- Плоттерная резка – Дизайн полиграфической продукции ;
- Переплетные работы;
- Постпечатная обработка и прочие виды услуг.

2. Задание «Умение слушать»

Перед Вами 16 вопросов. Постарайтесь, не особенно задумываясь, ответить «да» или «нет».

1. Не ждете ли Вы нетерпеливо, пока другой кончит говорить и даст возможность Вам высказаться?
2. Не спешите ли Вы принять решение до того, как поймете проблему?
3. Не слушаете ли Вы лишь то, что Вам нравится?
4. Не мешают ли Вам слушать собеседника эмоции? 5. Не отвлекаетесь ли Вы, когда Ваш собеседник излагает свои мысли?
6. Не запоминаете ли Вы вместо основных моментов беседы какие-либо несущественные?
7. Не мешают ли Вам слушать предубеждения?
8. Прекращаете ли Вы слушать собеседника, когда появляются трудности в понимании сказанного?
9. Занимаете ли Вы негативную позицию к говорящему?
10. Всегда ли Вы слушаете собеседника?
11. Ставите ли Вы себя на место говорящего, чтобы понять, что заставило его говорить именно так?

12. Принимаете ли Вы во внимание тот факт, что у Вас с собеседником могут быть разные предметы обсуждения?

13. Допускаете ли Вы, что у Вас или у Вашего собеседника может быть разное понимание употребляемых слов? 14. Пытаетесь ли Вы выяснить тот факт, что спор может быть вызван различием точек зрения или постановкой вопроса?

15. Избегаете ли Вы взгляда собеседника в разговоре, не смотрите ли Вы по сторонам, когда слушаете?

16. Возникает ли у Вас острое желание прервать собеседника и вставить свое слово за него или в пику ему, опередив его выводы?

Результат: Подсчитайте количество ответов «нет» на все вопросы, за исключением 11, 12, 13, 14, ответы на которые не учитываются.

10-12 баллов.

Вы умеете достаточно хорошо слушать партнера. Не руководствуясь предубеждениями по отношению к партнеру, обращаете внимание на главное в его монологе. Ваши собственные эмоции не мешают внимательно слушать даже то, что Вам не очень нравится. Многие любят с 54 общаться Вами, поскольку Вы даете им нередко очень подробно «поплакаться в жилетку». Вы никогда не прерываете собеседника, чтобы высказаться самому, не делаете из того, о чем он говорит, выводов за него.

8-10 баллов.

Нередко Вы проявляете умение слушать партнера. Даже если у Вас есть предубеждения по отношению к партнеру, Вы можете на некоторое время стать выше их, чтобы дослушать его до конца. Если партнер Вам надоел, Вы стараетесь очень тактично прервать его излияния и закончить общение с ним. Иногда Вы все же позволяете себе прервать партнера для того, чтобы вставить свое «веское» слово.

Менее 8 баллов.

Вы, к сожалению, еще не научились слушать своего партнера по общению. Постоянно прерываете его, не даете высказаться до конца. Если Вам не нравится то, о чем говорит партнер, перестаете слушать его. Нередко Вам существенно мешают эмоции или предубеждения в правильном понимании содержания того, о чем Вам говорят. Иногда Вы можете занять негативную, конфронтационную позицию по отношению к партнеру, отвлекаетесь от основного вопроса обсуждения, особенно если при этом намечаются какие-либо трудности.

3. Упражнение для речевого тренинга

Как сознательно владеть голосом, чтобы произвести благоприятное впечатление на собеседника.

- Говорите медленно, спокойно, громко и внятно.
 - Выделяйте голосом особо значимые слова, меняйте интонацию.
 - Сознательно меняйте силу голоса, не говорите монотонно.
 - Употребляйте короткие предложения, в которых формулируйте только одну мысль.
 - Периодически делайте паузы, давая возможность собеседнику «переварить» сказанное вами.
 - Говорите глубоким «бархатным» голосом зрелого человека, не манерничайте.
 - Улыбайтесь во время разговора, это делает ваш голос более приятным.
-

Вопросы к устному опросу, практические задания по разделу III:

«Этикет и его роль в формировании имиджа»

Вопросы к устному опросу

1. В чем заключается содержание термина «этикет»? Каковы основные его функции?
2. Охарактеризуйте смежные понятия: «образ», «репутация», «авторитет».
3. Равнозначны ли понятия «этикет» и «нормы поведения»? В чем отличие?
4. Каковы особенности делового этикета? В чем его специфика?
5. По каким признакам можно отнести имиджевую коммуникацию к сфере профессиональной деятельности?
6. В чем особенности современного этикета?
7. Какова взаимосвязь имиджа и этикета?
8. Какие методы используются при формировании имиджа?
9. Каковы особенности столового этикета?
10. Как знание этикета помогает достойно выйти из недостойной ситуации?

Задания

1. Упражнение «Учимся красиво ходить, стоять, сидеть»

Чтобы почувствовать, что такое «стоять прямо», Поль Брегг предлагает представить, что какой-то гигант держит вас за волосы и почти отрывает от земли. Сгорбившись, нельзя правильно дышать, хорошо говорить, красиво есть. Проверьте это. Представьте себя за едой.

Расслабьтесь. Тут же руки потеряли опору, локти легли на стол. А теперь поднесите ложку ко рту – как тяжела рука, неуклюже каждое движение.

Выпрямитесь. Руки освободились от посторонней тяжести, и насколько легче даётся теперь каждый жест. Опять расслабьтесь и проговорите какую-нибудь фразу. Потом «сделайте спину» и повторите эту же фразу. Есть разница? Голос словно стал другим, богаче по тембру, глубже, полнее, как будто звук с «моно» переключили на «стерео». Сутулиться чаще всего начинают в подростковом возрасте. Ребёнок не умеет объективно оценить свою внешность, он себе чем-то не нравится, и лучший способ избавиться от мучительной стеснительности для него в том, чтобы согнуться, как бы юркнуть в свою норку. Надо сознательно заставлять себя держаться прямо. «Смотри на кроны деревьев», – так подсказывают мамы своим дочерям в Польше. «Если ходить прямо, то и поникшая душа выпрямится», – говорил писатель и врач В.В. Вересаев.

Когда мы садимся, надо держать спину вертикально. Начинать движение со сгибания коленей, а не со сгибания в тазобедренных суставах и отведения таза назад. Сесть удобно посередине стула (не на краю), положение сидя «на краешке» психологи трактуют как позу неуверенности в себе (принимая такое положение, человек как бы боится занять много места). Все движения свободные и плавные, руки держать непринуждённо и хотя бы одну из них расслабить. Спину держать прямо и только слегка прислониться к спинке сиденья.

Не наваливаться на неё, иначе сразу же опустятся плечи. Сидеть непринуждённо, естественно, расслабив те мышцы, которые не участвуют в поддержании вашей позы в данный момент. Непринуждённость необходима, ибо в напряжённой позе человек выглядит комично. Помните выражение: «Аршин проглотил»? Если вы научитесь красиво сидеть, это поможет и красиво вставать. Когда вы встаёте, лучше отставить одну ногу немного назад. Тогда движение будет гораздо изящнее. Не опираться на колени руками, на спинку стула или ручки кресла.

Легко вставая со стула, представьте, что вы стремитесь коснуться головой потолка. Плечи опустить (оба на одном уровне). Правильно и красиво ходить совсем непросто. Ещё в начале XIV в. появились трактаты о так называемой механике человеческой походки, а к концу того же века вышел гигантский труд в пяти томах «Человек и его походка».

2. Упражнение «Работа над походкой»

Попробуйте различные походки:

- пройдите так, как ходит балерина;
- кукла с нестигающимися руками и ногами;
- как будто ваши ноги из пластилина и при каждом шаге ко всему прилипают;
- как будто вы легки, как перышко, и вас колеблет каждое дуновение ветерка.

Знание языка тела позволяет снизить возможности манипулирования человека человеком, а также раскрыть его внутреннее «Я». «Язык» тела занимает важное место в создании первого впечатления о человеке. Поэтому важно и то, как нас воспринимают окружающие, и то, как мы хотим выглядеть в их глазах. Если эти два образа совпадают, мы сумели найти наилучший вариант поведения. Уделяя внимание овладению «немым языком» общения и «самоподачи», мы сознательно создаём яркий личностный образ. Чтобы каждый день выглядеть безупречно, надо уметь держать себя, следить за осанкой и позой.

Помним, что этикет не рекомендует:

- указывать пальцем на человека или на какой-либо предмет;
- во время разговора хлопать собеседника по плечу, крутить пуговицы на его одежде, хватать его за рукав;
- вертеть в руках различные предметы, барабанить пальцами по столу, хрустеть пальцами, почёсываться, рыться в карманах;
- излишне жестикулировать.

3. Опираясь на просмотр кинофильмов, передач, определите национальные особенности жестикуляции, приведите примеры.

- Выразите с помощью жеста одобрение, сомнение, сочувствие, несогласие.
- Выразите языком вашего тела открытость, закрытость.
- Выразите несогласие с собеседником.
- Изобразите зрителя, слушающего выступление с неугасающим вниманием.
- Проявите в позе и жестах ощущение неудобства и потерю самоконтроля.
- Продемонстрируйте уважение к собеседнику.

Приложение 2. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
<p><i>Код и содержание компетенции</i> УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>		
<p>УК-6.1</p>	<p><i>Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей</i></p>	<p>Вопросы к зачету:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сходство и различия понятий «имидж», «репутация», «престиж». 2. Структура и компоненты имиджа. 3. Визуальные и вербальные компоненты имиджа личности и организации. 4. Подходы классификации типов имиджа. 5. Психологический пласт работы с имиджем. 6. Психологические приемы в установке на доверие к объекту формирования имиджа. 7. Основные особенности восприятия в процессе создания имиджа. 8. Сущность использования НЛП в имиджелогии. 9. Тактика «якорение» в процессе создания имиджа. 10. Имидж руководителя и социальные ценности. 11. Средовый имидж: влияние социальной среды на формирование имиджа. 12. Корпоративный имидж: культура, миссия, кодекс, спецификация работы с персоналом. 13. Персональный деловой имидж: понятие, атрибуты, факторы. 14. Типологии имиджа в стереотипном восприятии действительности. 15. Особенности использования позиционирования в процессе формирования имиджа. 16. Этапы позиционирования объекта в имиджелогии. 17. Специфика манипуляции в имиджелогии. 18. Принцип использования приемов эмоционализации и акцентуации. 19. Роль СМИ в имиджелогии. 20. Современные средства поддержания имиджа. 21. Критерии выбора СМИ для сотрудничества в процессе формирования имиджа. 22. Приемы оптимизации формы подачи материалов. 23. Роль новостей в продвижении и поддержании имиджа. 24. Сущность понятий «организация», «корпорация», «предприятие», «фирма». Специфика создания имиджа для каждого учреждения. 25. Зависимость коммерческого успеха предприятия от его имиджа. 26. Сущность основных структурных элементов имиджа предприятия.

	<p>27. Имидж руководителя как фактор формирования имиджа организации.</p> <p>28. Составляющие имиджа руководителя организации.</p> <p>29. Процедура оценки процесса формирования имиджа руководителя.</p> <p>30. Соответствие типологии лидерства задачам имиджелогии.</p> <p>31. Универсальные компоненты имиджа лидера.</p> <p>32. Специфика формирования имиджа политического лидера и руководителя предприятия.</p> <p>33. Формы и методы создания имиджа персоны: специфика формирования.</p> <p>34. Психология конструирования эффективного взаимодействия с клиентом.</p> <p>35. Dress-code, look, стиль, мода, образ.</p> <p>36. Имидж, репутация, имиджирование. Искусство самопрезентации личности.</p> <p>37. Проективность и целесообразность имиджа. Паспорт имиджа.</p> <p>38. Роль стилистики при разработке габитарного имиджа.(мнения о человеке на основе восприятия внешнего вида)</p> <p>39. Габитарный имидж личности по одежде.</p> <p>40. «Язык» цвета. Построение различных имиджевых портретов.</p> <p>41. Цветодиагностика личности. Стереотипы имиджа.</p> <p>42. Теория иллюзий зрительного восприятия.</p> <p>43. Типы отношения к одежде. Определение доминирующего силуэта в костюмном ансамбле.</p> <p>44. Анализ и сравнение женских и мужских стилевых направлений.</p> <p>45. Соответствие аксессуарной группы фигуре, возрасту, ситуации, времени года, стилю.</p> <p>46. Анализ личных и профессиональных требований к одежде. Формула стоимости гардероба.</p> <p>47. Fashion-маркетинг. Временные рамки Fashion-сезонов.</p> <p>48. Имидж продукта и место имиджмейкера в работе над ним.</p> <p>49. Образный имидж. Основные стили и направления.</p> <p>50. Динамический, кинетический и рефлексирующий имидж.</p> <p><i>Вопросы для подготовки к практическим работам</i></p> <p>Устный опрос:</p> <p>1. Определите понятие имиджа и предмет имиджелогии.</p>
--	---

		<ol style="list-style-type: none">2. Назовите основные принципы построения и формы выражения имиджа.3. Приведите примеры социальных стереотипов, влияющих на имидж.4. Определите структуру личного имиджа.5. Назовите глубинные характеристики имиджа и приведите примеры их проявления.6. Опишите способы управления впечатлениями.7. Опишите технологии построения эффективного имиджа.8. Определите содержание технологии управления личным имиджем.9. Определите содержание техники создания яркого и узнаваемого образа.10. Назовите и приведите примеры наиболее типичных имиджевых образов.11. Опишите процесс формирования индивидуального стиля.12. Опишите техники возвышения имиджа.13. Назовите способы продвижения личного имиджа и приведите примеры.14. Назовите структурные элементы внешнего образа делового человека.15. Определите специфику группового, корпоративного и предметного имиджа.16. Определите значение физического состояния как формы выражения делового имиджа. Приведите примеры управления здоровьем.17. Назовите признаки психического здоровья личности.18. Определите наиболее типичные ошибки построения имиджа и приведите примеры. <p>Тестирование:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Современная наука выделяет несколько возможных вариантов имиджа, которые присущи функциональному подходу (выберите лишний вариант):<ol style="list-style-type: none">а) зеркальный имиджб) текущий имиджв) самоимиджг) корпоративный имиджд) множественный имидже) желаемый имидж2. Исследователи выделяют 4 элемента, от которых могут отталкиваться стратегии персонализации (выберите лишний вариант):<ol style="list-style-type: none">а) стиль в работеб) принципиальное политическое мнениев) личный характерг) уровень образованияд) внешние данные3. Дайте определение термину «имидж» (выберите
--	--	--

	<p>правильный ответ):</p> <p>а) это жесты, движения, положение тела в пространстве</p> <p>б) это мнение о человеке, сформированное аудиторией на основе оценки его речи</p> <p>в) образ конкретного объекта, существующий в массовом сознании</p> <p>4. Назовите уровни, на которых реализуется восприятие имиджа (выберите лишний вариант):</p> <p>а) самоимидж</p> <p>б) подаваемый имидж</p> <p>в) принимаемый имидж</p> <p>г) габитарный имидж</p> <p>5. В чем заключается «теория имиджа» Д. Огилви (выберите правильный ответ):</p> <p>а) в конкурентоспособности товара</p> <p>б) в наделении товара привлекательным ореолом</p> <p>в) информирование о качествах товара</p> <p>г) все вышеперечисленное</p> <p>6. Что является главным звеном конструирования имиджа:</p> <p>а) средства массовой коммуникации</p> <p>б) специалисты по имиджу (имиджмейкеры)</p> <p>в) общество</p> <p>г) государственные структуры</p> <p>7. В чем заключается принцип позиционирования:</p> <p>а) подстройка к уже существующей в массовом сознании информации</p> <p>б) помещение объекта в благоприятную для него среду</p> <p>в) процесс создания выгодных для коммуникатора контекстов</p> <p>8. Что является главным правилом имиджологии:</p> <p>а) ничто не может заменить реалии</p> <p>б) учет меняющихся массовых настроений</p> <p>в) движение вдоль списка положительных характеристик и дистанцироваться от характеристик отрицательного свойства</p> <p>г) все вышеперечисленное</p> <p>9. Что означает термин «параллельный имидж»:</p> <p>а) выстраивание имиджа двух уровней, например: семьянин/профессионал</p> <p>б) выстраивание рядом с лидером не менее значимого имиджа его соратника</p> <p>в) проведение кампании по «черному PR» в отношении конкурента</p> <p>г) нет правильного ответа</p> <p>10. Какие основные составляющие, в которых действует лидер?</p> <p>а) прошлое</p> <p>б) семья</p> <p>в) хобби</p> <p>г) работа</p>
--	--

		<p>д) здоровье е) все вышеперечисленное</p> <p>Задания:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Выявите основные черты идеальных правителей в христианстве, буддизме, исламе. 2. Каким должен быть правитель в представлении Н. Макиавелли? («Рассуждения о первой декаде Тита Ливия» и «Государь») Каковы функции выявленных черт? 3. Какие черты правителя свойственны для Египта в эпоху Древнего царства? («Поучение Птахотепа») 4. Сформулируйте основные черты «благородного мужа» по Конфуцию. («Беседы и суждения») 5. Выделите основные черты правителя, который будет отвечать требованиям граждан Древней Греции. (Аристотель «Политика») 6. Социально-психологический эксперимент. Для этого аудитория делится на 2 подгруппы, которым выдаются 2 разные фотографии одного человека, вместе с ними дается установка: на первой фотографии человек нелегкой судьбы, переживший трагедию (возможна соответствующая легенда), на второй фотографии – летчик, герой, испытатель (возможна соответствующая история героя). Задача – по фотографии и истории попытаться описать человека, его характеристики, особенности личности и характера. В течение 10 минут идет работа по подгруппам. Затем представители подгрупп презентуют своего «героя», не предъявляя фотографии остальным. Когда презентации сделаны, ведущий показывает обе фотографии, объявляет, что на них - один и тот же человек, и производит анализ хода эксперимента и его результатов. 7. Проект «Маргарет Тэтчер. История карьеры и судьбы «железной леди». Аудитория делится на три подгруппы, каждой дается задание собрать информацию по следующим темам: – биография М. Тэтчер; – особенности политической карьеры; – история образа премьер-министра. Информация оформляется в доклады и презентации, затем представляется аудитории.
УК-6.2	<p><i>Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста</i></p>	<p>Устный опрос:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Создание лица с учетом всех сопутствующих факторов в процессе самопрезентации. 2. Подбор и ношение одежды, использование аксессуаров: диапазон потенциального выбора. 3. Кинесика как телесное информирование в процессе самопрезентации. 4. Физиогномика как учение о связях внешнего

		<p>облика человека и его принадлежности к определенному типу внешности (как читать лицо; какое место в имиджологии занимает фейсбилдинг).</p> <p>5. Прическа и внешность (роль прически в имидже; требования при индивидуальном подборе прически).</p> <p>6. Колористика – эстетика тонов. Цветовая композиция (определение цветоведения; термин «зрительное восприятие»; «вес» в одежде, прическе, макияже; что такое цвет, спектральные цвета).</p> <p>7. Искусство макияжа (цветовая гамма макияжа; декоративная косметика; сезонные цветовые типы и их признаки; корректировка дефектов лица).</p> <p>8. Кинесика – язык телодвижений (вербальное и невербальное общение; выразительность телодвижения, телесное выражение внутреннего состояния человека).</p> <p>9. Жест – средство коммуникации (этнопсихологические особенности жестов, виды жестов,</p> <p>10. Умение выбирать и носить одежду (правило создания стиля одежды; типы костюмов).</p> <p>11. Тенденции современной моды (что такое мода; женская и мужская мода; модная колористическая гамма).</p> <p>Тестирование:</p> <p>1. Имидж в переводе с английского языка означает:</p> <ol style="list-style-type: none"> впечатление; образ; оценка. <p>2. Объектом имиджирования является...</p> <ol style="list-style-type: none"> фирма, организация; люди, лидеры общественного мнения; а) и б) <p>3. Типизация – это...</p> <ol style="list-style-type: none"> обобщенное представление о чем-либо; целенаправленно сформированный образ чего-либо и кого-либо; явление повседневной практики общения, сводящиеся к упрощенным типам. <p>4. Источником имидж-формирующей информации являются...</p> <ol style="list-style-type: none"> общественность; индукторы; реципиенты. <p>5. Определите, кто является основным субъектом имиджирования?</p> <ol style="list-style-type: none"> имиджмейкер; индукторы; реципиент; всё перечисленное <p>6. Термины «имидж», «репутация»,</p>
--	--	--

		<p>«идентичность», «организационная культура» являются...</p> <p>а) синонимами; б) четко взаимосвязанными понятиями; в) не являются взаимосвязанными между собой и изучаются различными науками.</p> <p>7. Основной целью имиджирования для организации является...</p> <p>а) желаемое поведение реципиентов; б) создание положительного образа руководителя организации; в) мотивация персонала.</p> <p>8. Определите наиболее корректное утверждение: а) имидж – это мнение о характеристиках объекта; б) имидж – это сложная структурированная сеть представлений о ком-либо и чем-либо; в) имидж – это целенаправленно сформированный образ, содержащий ценностные характеристики и призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие на целевую аудиторию.</p> <p>9. К внутренним факторам, зависимым от носителя имиджа относятся...</p> <p>а) общие физические данные, мимика, среда обитания; б) коммуникабельность, уровень нравственности; в) сфера интересов, уровень образования; г) а и б</p> <p>10. Источником имидж-формирующей информации, исходящей от индуктора являются: а) целенаправленные сообщения; б) продукты деятельности; в) непреднамеренное поведение; г) все перечисленное; д) только а и в.</p> <p>Задания:</p> <p>1. Практическое задание «Пословицы и поговорки». Из списка пословиц и поговорок выделите те, в которых речь идет о воздействии имиджа на окружающих: По платью встречают, по уму провожают Кудри завивай, да про дело не забывай Красивый вид человека не портит Наряди пня – и пень дороже будет По одежде судят о положении человека По платью видят, кто таков идет Лучше меньше, чем больше Лучше без, чем неумело» и другие. Ответ поясните. Можно приводить примеры из собственной жизни о роли имиджа.</p> <p>2. Практическое творческое задание «Составьте</p>
--	--	--

		<p>имидж делового человека».</p> <p>Работа выполняется в микрогруппах; это может быть коллаж, стихотворение, песня и т.п.</p> <p>Представление своих работ, защита.</p> <p>3. Практическое задание «Рефлексия».</p> <p>Обсуждение вопросов:</p> <p>В чем особенность вашего образа?</p> <p>Насколько он приемлем в деловом мире?</p> <p>Как улучшить собственный образ?</p> <p>Какие деловые качества необходимо развивать?</p> <p>От каких недостатков необходимо избавиться?</p> <p>Озвучивание по желанию.</p>
УК-6.3	<p><i>Оценивает требования рынка труда и предложения образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста</i></p>	<p>Устный опрос:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Имидж и карьера. Важнейшие показатели профессионального имиджа. 2. Понятие «самопрезентация». 3. Факториальные теории самопрезентации. 4. Принципы имиджирования. 5. Роль внешности в общении с людьми. Парадокс восприятия. 6. Психологические эффекты. 7. Имидж профессионала как эмоциональный стереотип восприятия образа. 8. Внутренний образ. Внешний образ. 9. Исходные психолого-педагогические принципы построения положительного имиджа. 10. Условия и технологии формирования имиджа. 11. Значение имиджа для делового человека. Одежда делового человека как показатель имиджа. 12. Общие правила внешнего облика делового человека. 13. Особенности внешнего вида мужчины и женщины. 14. Особенности применения разных стилей одежды. 15. Цвет как центральный компонент в визуальном восприятии образа человека. 16. Цвет и имидж: символическое значение цвета. Ассоциативное восприятие цвета. 17. Влияние цвета на физиологические реакции организма и эмоциональное состояние человека. 18. Культура речи в деловом общении. Речевые нормы. 19. Невербальные средства общения. 20. Правила официального представления. <p>Тестирование:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. В чем заключается «закон вычитания имиджа»: <ol style="list-style-type: none"> а) наличие негативных черт не ослабляет сильный имидж, а делает его более объемным б) вычленение черты из имиджа может привести к изменению ее оценки в) усиливается более сильный имидж, который

	<p>притягивает к себе более слабую характеристику</p> <p>2. Что означает термин «манипуляция»:</p> <p>а) войсковое подразделение</p> <p>б) искусственные действия и сложные технические операции в дистанционном управлении с помощью рычагов</p> <p>в) фокуснические действия, махинации, которые создают иллюзии в сознании при восприятии и анализе реальности</p> <p>г) скрытое управление сознанием, волей и поведением человека</p> <p>д) все вышеперечисленное</p> <p>3. Что является одной из важнейших характеристик имиджа политика?</p> <p>а) целостность;</p> <p>б) превосходство;</p> <p>в) обходительность.</p> <p>4. Что происходит при послереволюционной смене имиджей:</p> <p>а) победивший класс навязывает свои образцы побежденному классу;</p> <p>б) различия между классами носят резкий характер лишь накануне и во время решительной битвы, а после прихода к власти победивший класс отказывается от собственных образцов и усваивает образцы привилегированного прежде класса;</p> <p>в) все перечисленное возможно.</p> <p>5. Формирование политического имиджа осуществляется с учетом (уберите лишний вариант):</p> <p>а) место проживания;</p> <p>б) уровень образования;</p> <p>в) пол и возраст;</p> <p>г) нет правильного ответа.</p> <p>6. К индивидуально-личностным свойствам можно отнести...</p> <p>а) базовые ценности;</p> <p>б) репутацию;</p> <p>в) взгляд и мимику.</p> <p>7. К глубинным характеристикам имиджа относится...</p> <p>а) сексуальность;</p> <p>б) универсальность;</p> <p>в) амплуа.</p> <p>8. К имиджевому эффекту можно отнести...</p> <p>а) привлекательность;</p> <p>б) яркость;</p> <p>в) эталонность.</p> <p>9. К основным требованиям формирования эффективного имиджа относится...</p> <p>а) управляемость;</p> <p>б) популярность;</p>
--	--

в) экспрессивность.

10. Одним из действенных способов построения имиджа является...

а) техника возвышения имиджа;

б) техника доминирования;

в) техника подавления конкурента.

Задания:

1. Охарактеризуйте человека по его позе.

	
	
	
	

2. Метод М. Куна. Возьмите лист бумаги и за 12 минут постарайтесь ответить примерно двадцать раз на один и тот же вопрос «Кто Я?» Затем проанализируйте результаты ответов. Сколько ответов Вы дали? Обозначим количество ответов как А.

Оцените объем «Я-концепции»: если $A < 8$, то объем маленький; если $A = 9-17$, то объем средний; если $A = 18-22$, то объем высокий; если $A > 22$, то концепция либо чрезвычайно развита, либо Вы стремитесь замаскировать истинную картину.

Подсчитайте, какой процент ответов относится к следующим особенностям:

	<p>– личные качества (Б), – семейные и родственные позиции (В), – деловая сфера (Г), – социальные контакты (Д), – увлечения и интересы (Е), – социально-ролевые категории (Ж), – суждения о внешности (З), – возрасте (И), – прочее (К).</p> <p>Подсчитайте удельный вес числа ответов по каждой особенности в общем числе ответов. То, что получилось, показывает меру значимости для вас каждой сферы. Обратите внимание, насколько представлена в ответах деловая сфера. Если Вы не проявили интерес к ней в своих ответах, учтите, что для делового успеха и делового имиджа вам придется обратить большее внимание на эту сферу. Помните, что, согласно исследованиям, для большинства людей именно удовлетворенность работой в первую очередь определяет удовлетворенность жизнью.</p> <p>3. Подумайте и запишите, какие долгосрочные цели Вы преследуете в своей жизни и в профессиональной деятельности. Каковы ваши принципы жизни и ведения дел? Каковы ваши базовые моральные ценности в жизни и работе?</p> <p>4. Возьмите лист и запишите свои сильные и слабые стороны в две колонки. Найдите в себе «изюминку».</p> <p>Определение «Зеркального Я» Для выявления «зеркального Я» придется обратиться к помощи друзей.</p> <p>а) Попросите друзей или коллег назвать Ваши сильные и слабые стороны. Сопоставьте ответы с 10 собственным списком достоинств и недостатков.</p> <p>б) Попытайтесь выяснить через друзей и коллег, как оценивают Вас те, кто встречает впервые.</p> <p>в) Письменно перечислите Ваши целевые аудитории в деловой сфере. Подумайте и запишите, как часто Вы добиваетесь желаемых результатов в общении с ними. Вызываете ли Вы симпатию у каждой из них?</p> <p>Сопоставьте Ваше «зеркальное Я» и «внутреннее Я».</p> <p>Если они совпадают, Ваша формулировка имиджа на этом этапе не корректируется. Если нет, то подумайте, насколько точна ваша самооценка. При необходимости скорректируйте Ваше «внутреннее Я».</p> <p>Если Вы считаете, что «внутреннее Я» более точно характеризует Ваш реальный внутренний мир, то подумайте над просчетами в самопрезентации.</p> <p>Проанализируйте, какие усилия Вы предпринимаете в самопрезентации:</p>
--	---

		<ul style="list-style-type: none">– контролируете ли Вы впечатление, которое производите на других?– какие свои качества Вы стремитесь показать в разговорах о себе?– какие качества Вы показываете в манере поведения, жестах, взглядах, позах, одежде, причёске, украшениях?– владеете ли Вы знаниями о том, как понимают человека по его внешнему виду? <p>В случае необходимости наметьте программу изменения самопрезентации.</p>
--	--	---

Приложение 3. Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся

Методические указания по подготовке к устному опросу

Самостоятельная работа студентов включает подготовку к устному опросу на практических занятиях. Для этого студент изучает основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей учебной программе и доводятся до студентов заранее. Эффективность подготовки студентов к устному опросу зависит от качества ознакомления с рекомендованной литературой. Для подготовки к устному опросу студенту необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения, составить тезисы выступления по отдельным проблемным аспектам.

В среднем, подготовка к устному опросу по одному практическому занятию занимает от 4 до 5 часов в зависимости от сложности темы и особенностей организации студентом своей самостоятельной работы.

Методические указания по подготовке к тестированию

Успешное выполнение тестовых заданий является необходимым условием итоговой положительной оценки в соответствии с рейтинговой системой обучения.

Выполнение тестовых заданий предоставляет студентам возможность самостоятельно контролировать уровень своих знаний, обнаруживать пробелы в знаниях и принимать меры по их ликвидации. Форма изложения тестовых заданий позволяет закрепить и восстановить в памяти пройденный материал. Предлагаемые тестовые задания охватывают узловые вопросы теоретических и практических основ по дисциплине. Для формирования заданий использована закрытая форма. У студента есть возможность выбора правильного ответа или нескольких правильных ответов из числа предложенных вариантов. Для выполнения тестовых заданий студенты должны изучить материал по теме, соответствующие разделы учебников, учебных пособий и других литературных источников.

Контрольные тестовые задания выполняются студентами на практических занятиях. Репетиционные тестовые задания содержатся в рабочей учебной программе дисциплины. С ними целесообразно ознакомиться при подготовке к тестированию.

Методические указания по подготовке к выполнению творческих заданий

Творческие задания представляет собой ряд упражнений по дисциплине для самостоятельного выполнения. В среднем выполнение творческого задания в зависимости от сложности выбранной темы и особенностей организации студентом своей самостоятельной работы составляет от 30 до 90 мин.

При подготовке к выполнению творческих заданий студенту необходимо проработать теоретический материал по изучаемой теме, методические указания к выполнению творческих работ, выполнить примеры творческих заданий, содержащихся в рабочей учебной программе.

Творческие задания выполняются на практических занятиях. Оценка за выполнение творческих заданий учитывается в работе на практических занятиях в соответствии с распределением баллов. Дополнительный балл за самостоятельную подготовку к практическим занятиям студент может получить при условии качественного выполнения самих заданий.

Методические указания по написанию конспекта

Конспект – это краткое последовательное изложение содержания статьи, книги. Его основу составляют план тезисы, выписки, цитаты. Конспект, в отличие от тезисов воспроизводит не только мысли оригинала, но и связь между ними. В конспекте отражается не только то, о чем говорится в работе, но и что утверждается, и как доказывается.

В отличие от тезисов и выписок, конспекты при обязательной краткости содержат не только основные положения и выводы, но и факты, и доказательства, и примеры, и иллюстрации.

Типы конспектов:

1. Плановый.
2. Текстуальный.
3. Свободный.
4. Тематический.

Краткая характеристика типов конспектов:

1. Плановый конспект: являясь сжатым, в форме плана, пересказом прочитанного, этот конспект – один из наиболее ценных, помогает лучше усвоить материал еще в процессе его изучения. Он учит последовательно и четко излагать свои мысли, работать над книгой, обобщая содержание ее в формулировках плана. Такой конспект краток, прост и ясен по своей форме. Это делает его незаменимым пособием при быстрой подготовке доклада, выступления. Недостаток: по прошествии времени с момента написания трудно восстановить в памяти содержание источника.

2. Текстуальный конспект – это конспект, созданный в основном из отрывков подлинника – цитат. Это прекрасный источник дословных высказываний автора и приводимых им фактов. Текстуальный конспект используется длительное время. Недостаток: не активизирует резко внимание и память.

3. Свободный конспект представляет собой сочетание выписок, цитат, иногда тезисов, часть его текста может быть снабжена планом. Это наиболее полноценный вид конспекта.

4. Тематический конспект дает более или менее исчерпывающий ответ на поставленный вопрос темы. Составление тематического конспекта учит работать над темой, всесторонне обдумывая ее, анализируя различные точки зрения на один и тот же вопрос. Таким образом, этот конспект облегчает работу над темой при условии использования нескольких источников.

5. Конспект-схема

Удобно пользоваться схематичной записью прочитанного. Составление конспектов-схем служит не только для запоминания материала. Такая работа становится средством развития способности выделять самое главное, существенное в учебном материале, классифицировать информацию.

Наиболее распространенными являются схемы типа «генеалогическое дерево» и «паучок». В схеме «генеалогическое дерево» выделяют основные составляющие более сложного понятия, ключевые слова и т. п. и располагаются в последовательности «сверху – вниз» – от общего понятия к его частным составляющим.

В схеме «паучок» записывается название темы или вопроса и заключается в овал, который составляет «тело паучка». Затем нужно продумать, какие из входящих в тему понятий являются основными и записать их в схеме так, что они образуют «ножки паука». Для того чтобы усилить его устойчивость, нужно присоединить к каждой «ножке» ключевые слова или фразы, которые служат опорой для памяти.

Схемы могут быть простыми, в которых записываются самые основные понятия без объяснений. Такая схема используется, если материал не вызывает затруднений при воспроизведении. Действия при составлении конспекта – схемы могут быть такими:

1. Подберите факты для составления схемы.
2. Выделите среди них основные, общие понятия.
3. Определите ключевые слова, фразы, помогающие раскрыть суть основного понятия.

4. Сгруппируйте факты в логической последовательности.

5. Дайте название выделенным группам.

6. Заполните схему данными.

Алгоритм составления конспекта:

Определите цель составления конспекта.

Читая изучаемый материал, подразделяйте его на основные смысловые части, выделяйте главные мысли, выводы.

Если составляется план-конспект, сформулируйте его пункты и определите, что именно следует включить в план-конспект для раскрытия каждого из них.

Наиболее существенные положения изучаемого материала (тезисы) последовательно и кратко излагайте своими словами или приводите в виде цитат.

В конспект включаются не только основные положения, но и обосновывающие их выводы, конкретные факты и примеры (без подробного описания).

Составляя конспект, можно отдельные слова и целые предложения писать сокращенно, выписывать только ключевые слова, вместо цитирования делать лишь ссылки на страницы конспектируемой работы, применять условные обозначения.

Чтобы форма конспекта как можно более наглядно отражала его содержание, располагайте абзацы «ступеньками» подобно пунктам и подпунктам плана, применяйте разнообразные способы подчеркивания, используйте карандаши и ручки разного цвета.

Используйте реферативный способ изложения (например: «Автор считает...», «раскрывает...»).

Собственные комментарии, вопросы, раздумья располагайте на полях.

Правила конспектирования:

Для грамотного написания конспекта необходимо:

1. Записать название конспектируемого произведения (или его части) и его выходные данные.

2. Осмыслить основное содержание текста, дважды прочитав его.

3. Составить план – основу конспекта.

4. Конспектируя, оставить место (широкие поля) для дополнений, заметок, записи незнакомых терминов и имен, требующих разъяснений.

5. Помнить, что в конспекте отдельные фразы и даже отдельные слова имеют более важное значение, чем в подробном изложении.

6. Запись вести своими словами, это способствует лучшему осмыслению текста.

7. Применять определенную систему подчеркивания, сокращений, условных обозначений.

8. Соблюдать правила цитирования: цитату заключать в кавычки, давать ссылку на источник с указанием страницы.

9. Научитесь пользоваться цветом для выделения тех или иных информативных узлов в тексте. У каждого цвета должно быть строго однозначное, заранее предусмотренное назначение. Например, если вы пользуетесь синими чернилами для записи конспекта, то: красным цветом - подчеркивайте названия тем, пишите наиболее важные формулы; черным - подчеркивайте заголовки подтем, параграфов, и т.д.; зеленым - делайте выписки цитат, нумеруйте формулы и т.д. Для выделения большей части текста используется отчеркивание.

10. Учитесь классифицировать знания, т.е. распределять их по группам, параграфам, главам и т.д. Для распределения можно пользоваться буквенными обозначениями, русскими или латинскими, а также цифрами, а можно их совмещать.

При конспектировании нужно пользоваться оформительскими средствами:

1. Делать в тексте конспекта подчёркивания.

2. На полях тетради отчёркивания «например, вертикальные».

3. Заключать основные понятия, законы, правила и т. п. в рамки.

4. Пользоваться при записи различными цветами.

5. Писать разными шрифтами.

6. Страницы тетради для конспектов можно пронумеровать и сделать оглавление.