



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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



УТВЕРЖДАЮ  
Директор ИГО  
Л.Н. Санникова

г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

***ИМИДЖЕЛОГИЯ***

Направление подготовки (специальность)  
39.03.01 Социология

Направленность (профиль/специализация) программы  
Социологические и маркетинговые исследования

Уровень высшего образования - бакалавриат

Форма обучения  
заочная

|                     |                                                           |
|---------------------|-----------------------------------------------------------|
| Институт/ факультет | Институт гуманитарного образования                        |
| Кафедра             | Социальной работы и психолого-педагогического образования |
| Курс                | 4                                                         |

Магнитогорск  
2025 год

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 39.03.01 Социология (приказ Минобрнауки России от 05.02.2018 г. № 75)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Социальной работы и психолого-педагогического образования  
28.01.2025г. протокол №

Зав. кафедрой  Е.В. Олейник

Рабочая программа одобрена методической комиссией ИГО  
06.02.2025 г. протокол №

Председатель  Л.Н. Санникова

Рабочая программа составлена:  
доцент кафедры СРиППО, канд. филос. наук  Супрун Н.Г.

Рецензент:

Зам. директора по социальным вопросам МУ "Комплексный центр социального обслуживания населения" Правобережного района г. Магнитогорска Челябинской области, канд. пед. наук  Н.Ю. Андрусяк



## Лист актуализации рабочей программы

---

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2026 - 2027 учебном году на заседании кафедры Социальной работы и психолого-педагогического

Протокол от \_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Е.В. Олейник

---

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2027 - 2028 учебном году на заседании кафедры Социальной работы и психолого-педагогического

Протокол от \_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Е.В. Олейник

---

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2028 - 2029 учебном году на заседании кафедры Социальной работы и психолого-педагогического

Протокол от \_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Е.В. Олейник

---

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2029 - 2030 учебном году на заседании кафедры Социальной работы и психолого-педагогического

Протокол от \_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Е.В. Олейник

---

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2030 - 2031 учебном году на заседании кафедры Социальной работы и психолого-педагогического

Протокол от \_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Е.В. Олейник

### **1 Цели освоения дисциплины (модуля)**

оснащение студентов имидж-знаниями и оказания им помощи в овладении и умелом использовании их при выстраивании межличностных и деловых отношений.

### **2 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы**

Дисциплина Имиджелогия входит в часть учебного плана формируемую участниками образовательных отношений образовательной программы.

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

Социальное прогнозирование и проектирование

Организация, подготовка и презентация социологического исследования

Социология общественного мнения

Социология организаций

Социальная адаптация и основы социально-правовых отношений

Социология профессий

Производственная - проектно-технологическая практика

Знания (умения, владения), полученные при изучении данной дисциплины будут необходимы для изучения дисциплин/практик:

Социология управления

Социология труда

PR-связи с общественностью

Социология религии

Социология молодежи

Социальная политика

Теория и практика социальной работы

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

В результате освоения дисциплины (модуля) «Имиджелогия» обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

| Код индикатора                                                                                     | Индикатор достижения компетенции                                                                                                              |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК-1 Способен организовывать работу по сбору данных социологического и маркетингового исследования |                                                                                                                                               |
| ПК-1.1                                                                                             | Осуществляет подготовку сбора социологических данных                                                                                          |
| ПК-1.2                                                                                             | Осуществляет сбор данных из первичных и вторичных источников                                                                                  |
| ПК-1.3                                                                                             | Контролирует качество полноты и достоверности собранных данных для последующей первичной обработки                                            |
| ПК-2 Способен планировать и проектировать социологические и маркетинговые исследования             |                                                                                                                                               |
| ПК-2.1                                                                                             | Подготавливает и планирует проектное предложение по реализации фундаментального, прикладного социологического или маркетингового исследования |
| ПК-2.2                                                                                             | Разрабатывает программные и методические документы социологического и маркетингового исследования                                             |
| ПК-2.3                                                                                             | Согласовывает документацию, регламентирующую взаимодействие заказчика и исполнителя социологического и маркетингового исследования            |

#### 4. Структура, объём и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц 144 акад. часов, в том числе:

- контактная работа – 18,4 акад. часов;
- аудиторная – 4 акад. часов;
- внеаудиторная – 14,4 акад. часов;
- самостоятельная работа – 121,7 акад. часов;
- в форме практической подготовки – 0 акад. час;

– подготовка к зачёту – 3,9 акад. час

Форма аттестации - зачет

| Раздел/ тема дисциплины                                | Курс | 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. Имиджелогия как сфера профессиональной деятельности |      |                                              |           |             |                                 |                                                                            |                                                                 |                                                |
| 1.1 История развития имиджелогии.                      | 4    |                                              |           |             | 10                              | Ознакомление с текстом лекции; анализ определений, представленных в лекции | Устный опрос, конспект                                          | ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3 |
| 1.2 Имидж как социокультурный феномен                  |      | 2                                            |           |             | 10                              | Подготовка к практическому занятию                                         | Устный опрос, конспект                                          | ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3 |
| Итого по разделу                                       |      | 2                                            |           |             | 20                              |                                                                            |                                                                 |                                                |
| 2. Инструментарий имиджелогии                          |      |                                              |           |             |                                 |                                                                            |                                                                 |                                                |
| 2.1 Компоненты имиджа                                  | 4    |                                              |           | 2           | 10                              | Подготовка к практическому занятию                                         | Устный опрос, конспект                                          | ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3 |
| 2.2 Стратегия и тактика построения имиджа              |      |                                              |           |             | 13,7                            | Подготовка к практическому занятию                                         | Устный опрос, конспект                                          | ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3 |
| Итого по разделу                                       |      |                                              |           | 2           | 23,7                            |                                                                            |                                                                 |                                                |
| 3. Типы имиджа                                         |      |                                              |           |             |                                 |                                                                            |                                                                 |                                                |
| 3.1 Персональный имидж как объект управления           | 4    |                                              |           |             | 20                              | Подготовка к практическому занятию                                         | Устный опрос, конспект                                          | ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3 |
| 3.2 Корпоративный имидж как объект управления          |      |                                              |           |             | 18                              | Подгот овка к практическому занятию                                        | Устный опрос, конспект                                          | ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3 |



|                               |   |   |  |   |       |                                    |                        |                                                |
|-------------------------------|---|---|--|---|-------|------------------------------------|------------------------|------------------------------------------------|
| Итого по разделу              |   |   |  |   | 38    |                                    |                        |                                                |
| 4. Технология создания имиджа |   |   |  |   |       |                                    |                        |                                                |
| 4.1 Технологии имиджирования  | 4 |   |  |   | 40    | Подготовка к практическому занятию | Устный опрос, конспект | ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3 |
| Итого по разделу              |   |   |  |   | 40    |                                    |                        |                                                |
| Итого за семестр              |   | 2 |  | 2 | 121,7 |                                    | зачёт                  |                                                |
| Итого по дисциплине           |   | 2 |  | 2 | 121,7 |                                    | зачет                  |                                                |

## **5 Образовательные технологии**

В ходе освоения курса предусмотрено использование следующих форм обучения, а.и. коммуникативно-информационные технологии (использование мультимедиа на лекционных занятиях), диалоговые технологии (использование диспутов и дискуссий на практических занятиях), технологии учебно-поисковой деятельности (поиск информации с последующей презентацией результатов в виде докладов, рефератов, сообщений), кейс-метод (анализ конкретных ситуаций по результатам диагностики в группе).

## **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**

### **а) Основная литература:**

1. Камышева, О. В. Имиджелогия : учебное пособие / О. В. Камышева ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2017. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. - URL: <https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/1882> (дата обращения: 01.04.2025). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

2. Чернова, О. Е. Профессиональный имидж журналиста : учебное пособие [для вузов] / О. Е. Чернова ; Магнитогорский государственный технический университет им. Г. И. Носова. - Магнитогорск : МГТУ им. Г. И. Носова, 2023. - 1 CD-ROM. - Загл. с титул. экрана. - URL: <https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/21965> (дата обращения: 01.04.2025). - ISBN 978-5-9967-2866-4. - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

### **Дополнительная литература:**

1. Стилистический и жанровый аспекты медиакритики и профессиональной этики как составляющих имидж журналиста : учебное пособие [для вузов] / составители: Д. С. Бужинская, О. Е. Чернова ; Магнитогорский гос. технический ун-т им. Г. И. Носова. - Магнитогорск : МГТУ им. Г. И. Носова, 2019. - 1 CD-ROM. - Загл. с титул. экрана. - URL: <https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/2428> (дата обращения: 01.04.2025). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

### **Методические указания:**

1. Методические рекомендации для студентов по подготовке к учебной и научно-исследовательской работе. Сост. Е.В. Олейник, С.Н. Испулова. Магнитогорск: Изд-во Магнитогорск. гос. техн.ун-та им. Г.И. Носова, 2025. 60 с.

## **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              |
| FAR Manager                 | свободно распространяемое ПО | бессрочно              |
| Браузер Mozilla Firefox     | свободно распространяемое ПО | бессрочно              |
| Браузер Yandex              | свободно распространяемое ПО | бессрочно              |

**Профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

| Название курса                                                                                   | Ссылка                                                                                              |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Национальная информационно-аналитическая система – Российский индекс научного цитирования (РИНЦ) | URL:<br><a href="https://elibrary.ru/project_risc.asp">https://elibrary.ru/project_risc.asp</a>     |
| Российская Государственная библиотека. Каталоги                                                  | <a href="https://www.rsl.ru/ru/4readers/catalogues/">https://www.rsl.ru/ru/4readers/catalogues/</a> |
| Электронные ресурсы библиотеки МГТУ им. Г.И. Носова                                              | <a href="https://host.megaprolib.net/M/P0109/Web">https://host.megaprolib.net/M/P0109/Web</a>       |

**9 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы: Магнитогорск, ул. Ленина, д.38, ауд. № 333. Центр дистанционных образовательных технологий

Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы:

Стол рабочий – 4 шт.  
Стол компьютерный – 1 шт.  
Стол одно тумбовый – 1 шт.  
Стул с откидным столиком (пюпитром) – 20 шт.  
Кресло «Престиж» - 6 шт.  
Компьютер персональный - 5шт,  
ИБП APC Back-UPS 500VA - 5шт,  
Настольный спикерфон Plantronocs Calistro 620 - 4 шт,  
Документ камера Aver Media Aver Vision U15- 5шт,  
Графический планшетWacomIntuosPTH-851 - 3шт,  
Веб-камера Logitech HD Pro C920 Lod-960-000769- 4шт,  
Система настольная акустическая Genius SW-S2/1 200RMS - 4 шт,  
Видеокамера купольная Praxis PP-2010L 4-9 - 5шт,  
Аудиосистема с петличным радио микрофоном Arthur Forty U-960B – 1 шт,  
Система интерактивная Smart Board 480 (экран+проектор) - 1 шт,  
Поворотная веб-камера с потолочным подвесом Logitech BCC950 loG-960-000867– 1шт,  
Комплект для передачи сигнала- 1 шт,  
Пульт управления презентацией Logitech Wireless Presenter R 400 - 1 шт,  
Усилитель мощности звуковой волны BOSE -1 шт,  
Компьютер персональный для диспетчера - 1 шт,  
МФУ Canon- 1шт,  
Стереогарнитура (микрофон+наушники) Plantronics Entera)- 4 шт,  
Видеорегистратор с жестким диском - 1 шт,  
Коммутатор доступа Qtech QSW-2800-28ТАС - 1 шт.  
Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты

подтверждающего документа:

Windows Professional 8 RUOLPNLAE, № лицензии – 63533738, дата покупки – 14.05.2014, срок действия – бессрочноMicrosoft Office Pro-fessional Plus 2013, № лицензии – 63533553, дата покупки 14.05.2014, срок действия – бес-срочно Kaspersky Endpoint Se-curity для бизнеса – Стандарт-ный, № лицензии 1AF2-000451-5712AA16, дата покупки – 21.03.2018, срок действия- 2 года.

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы: г. Магнитогорск, ул. Ленина, д.38, ауд. № 335. Центр дистанционных образовательных технологий

Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы:

Стол компьютерный – 10 шт.  
Стол письменный – 1 шт.  
Стул офисный – 20 шт.  
Стул – 15 шт.  
Документ-камера Epson – 8 шт.  
Источник бесперебойного пита-ния POWERCOMIMD-1500AP – 9 шт.  
Камера высокого разрешения – 1 шт.  
Компьютер персональный (типб) – 9 шт.  
Проектор View Sonic PJD7526W– 1 шт.  
Спикерфон настольный Calisto-620 Plantronics – 9 шт.



Веб-камера Logitech C920 – 9 шт.  
Система акустическая настольная – 9 шт.  
Стереогарнитура (микрофон с шумоподавлением) – 9 шт.  
Экран настенный Digis Optimal-C MW DSOC-11032\*2 -1 шт

## **Приложение 1**

### **6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся**

#### **Список вопросов для самоконтроля.**

- Феномен имиджа в истории и культуре.
- Ведущие этапы построения имиджа.
- Основные виды имиджформирующей информации.
- Типы современных имиджей.
- Элементы личностного имиджа.
  - Габитарный имидж.
  - Вербальный имидж.
  - Кинетический имидж.
  - Овеществленный имидж.
  - Средовой имидж.
- Понятие имиджа и репутации фирмы.
- Понятие и особенности формирования имиджа политической партии.
- Способы формирования и элементы фирменного стиля.
- Технологии создания делового имиджа.
- Имидж в политике: иллюзии и реальность.
- Роль речевого общения в построении имиджа.
- Этикет и имидж.

#### **Темы, вынесенные на самостоятельное изучение обучающихся**

Способы продвижения личного имиджа и технологии управления.

Персональный имидж и индивидуальный стиль: общее и особенное.

Элементы корпоративного имиджа.

Соотношение корпоративной философии и корпоративного имиджа.

Корпоративный имидж: сущность, функции, структура, стратегии формирования.

Роль корпоративной культуры в формировании имиджа организации.

Образ российского бизнеса: пути становления и проблемы.

Роль PR в становлении позитивного имидж организации.

Специфика имиджа в сфере физической культуры и спорта.

Имидж творческого человека: необходимые элементы и стратегии продвижения.

Имидж делового человека.

Требования протокола и этикета, предъявляемые к внешности делового человека.

Закономерности создания профессионального имиджа.

#### **Тестовые задания для самоконтроля**

Тестовые задания-1

1. Имидж в переводе с английского языка означает: а) впечатление; б) образ; в) оценка.
2. Объектом имиджирования является: а) фирма, организация; б) люди, лидеры общественного мнения; в) всё перечисленное
3. Средовой имидж – это: а) обобщенное представление о чем-либо; б) целенаправленно-сформированный образ чего-либо и кого-либо; в) представления, которые складываются о персоне по окружающей её среде
- 4) Имидж страны формируется: а) стихийно б) целенаправленно, в соответствии с государственными программами в) в соответствии с тенденциями оценивания в современных медиа

5. Определите, кто является основным субъектом имиджирования? а) имиджмейкер; б) реципиент; в) всё перечисленное

6. Термины «имидж», «репутация», «идентичность» являются: а) синонимами; б) четко взаимосвязанными понятиями; в) не являются взаимосвязанными между собой и изучаются различными науками.

7. Основной целью имиджирования для организации является: а) желаемое поведение реципиентов; б) создание положительного образа руководителя организации; в) мотивация персонала.

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.

9. К внутренним факторам, зависимым от носителя имиджа относятся: а) общие физические данные, мимика, среда обитания; сфера интересов б) коммуникабельность, уровень нравственности; уровень образования; в) всё выше перечисленное

10. специалист по формированию имиджа: а) имиджмейкер б) дизайнер в) психолог  
Ключи: 1а; 2в; 3в; 4б; 5а; 6б; 7а; 8в; 9в; 10а.

#### Тестовые задания-2

1. Содержание понятия имиджа организации включает две составляющие: а) познавательную и оценочностную б) описательную и оценочностную с) описательную и бытийную ответ - б

2. Имидж – это а) эмоционально окрашенный психический образ чего-либо или кого-либо б) облик предмета с) восприятие человека человеком ответ - б

3. Впервые термин «имидж» был использован а) в политической сфере б) в юридической сфере с) в экономической сфере ответ - а

4. прообраз имиджа – это а) субъект, воспринимающий имидж б) субъект, представленный в имидже, с) субъект, ориентированный на имидж ответ - а

5. Имиджелогия изучает профессиональную деятельность а) по созданию и преобразованию имиджа б) по созданию образов с) манипулированию ответ - а

6. При создании делового имиджа необходимо учитывать а) характер внешней среды б) ожидания аудитории с) корпоративные принципы ответ - б

7. Внешней формой выражения делового имиджа является а) одежда б) обувь с) мысли ответ - а

8. Анализ внешней среды позволит прогнозирует а) наиболее неблагоприятное стечение факторов внешней среды б) наиболее благоприятное стечение факторов внешней среды с) наиболее благоприятное стечение факторов внутренней среды ответ - б

9. Деловой имидж следует считать важной составной а) политической культуры б) культуры делового общения с) русской культуры ответ - б

10. Чем имидж удачнее, тем выше а) профессиональный и политический авторитет б) интеллект с) способности человека ответ - а

#### Тестовые задания-3

Вопрос 1. «Малый разговор» в деловой коммуникации ведется в рамках: 1. Деловых интересов партнеров 2. Личностных, неделовых интересов партнеров 3. Профессиональных интересов партнеров Ответ - 2

Вопрос 2. Адресат манипуляции в деловом общении — это: 1. Партнер, который может стать жертвой манипуляции 2. Партнер, на которого направлено манипулятивное воздействие 3. Партнер, который использует манипулятивные приемы психологического воздействия Ответ - 2

Вопрос 3. Атрибуцией называется: 1. Все ответы неверны 2. Интерпретация субъектом межличностного восприятия причин и мотивов поведения других людей 3. Приписывание определенным группам людей специфических черт 4. Стремление человека быть в обществе других людей Ответ - 2

Вопрос 4. В ценностно-ориентированных манипулятивных технологиях делового общения мишенью психологического воздействия являются: 1.Духовные идеалы партнера-адресата 2.Когнитивные структуры партнера-адресата 3.Потребности и склонности партнера-адресата 4.Ценностные установки партнера-адресата Ответ - 4

Вопрос 5. Вербальные коммуникации осуществляются с помощью: 1.Жестов 2.Информационных технологий 3.Определенного темпа речи 4.Похлопываний по плечу 5.Устной речи Ответ – 5

Вопрос 7. Деловой стиль взаимодействия партнеров включает: 1.Ослабление контроля за социально-статусными и этикетными нормами 2.Признание ценности и значимости поведенческих действий друг друга 3.Рациональное использование партнерами поддерживающих техник 4.Умение партнеров адаптировать собственные профессиональные знания к каждой деловой ситуации Ответ - 2

Вопрос 8. Деловые партнеры с визуальной модальностью мыслят преимущественно: 1.Аудиальными образами 2.Зрительными образами 3.Тактильными образами Ответ – 2

Вопрос 9. Информационно-силовое обеспечение манипулятора в манипулятивных технологиях делового общения складывается из совокупного взаимодействия: 1.Когнитивно-рациональных сил адресата психологического воздействия 2.Личностно-психологических сил манипулятора 3.Привлеченных (заимствованных) сил, которые создаются другими личностями 4.Статусно-ресурсных сил манипулятора Ответ – 2

Вопрос 10. К механизмам манипулятивного воздействия относятся: 1.Механизмы присоединения и внедрения, которые использует манипулятор 2.Потребности, склонности, мотивации адресата манипуляции 3.Психические автоматизмы и комплексы адресата манипуляции 4.Психотехнические приемы манипулятивного воздействия Ответ - 3

## **Приложение 2**

### **7 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации**

**а) Планируемые результаты обучения и оценочные средства для проведения промежуточной аттестации:**

| Структурный элемент компетенции                                                                            | Планируемые результаты обучения                      | Оценочные средства                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ПК-1: Способен организовывать работу по сбору данных социологического и маркетингового исследования</b> |                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| ПК-1.1:                                                                                                    | Осуществляет подготовку сбора социологических данных | <p><b>Примерные вопросы для подготовки к зачету</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Предмет и законы имиджелогии.</li> <li>2. Имидж и символ.</li> <li>3. Условия возникновения и трансформации значения имиджа в постиндустриальной культуре.</li> <li>4. Инструментарий имиджелогии: средства создания имиджа.</li> <li>5. Вербальный и невербальный имиджи личности.</li> <li>6. Роль телесности в конструировании персонального имиджа.</li> <li>7. Мода и индивидуальность.</li> <li>8. Имидж-эффект и проблемы коммуникации.</li> <li>9. Классификация имиджей.</li> <li>10. Функциональный аспект имиджа. Функции персонального имиджа. Функции имиджа организации.</li> <li>11. Имидж как объект моделирования. Алгоритм формирования имиджа.</li> <li>12. Соотношение имиджмейкинга и PR в разработке и поддержании имидж: теоретический и прикладной аспекты.</li> <li>13. Персональный имидж: роль саморефлексии и самовоспитания. Место «Яконцепции» в характеристике индивидуального имиджа.</li> <li>14. Структура персонального имиджа.</li> <li>15. Способы продвижения личного имиджа и технологии управления.</li> <li>16. Персональный имидж и индивидуальный стиль: общее и особенное.</li> <li>17. Элементы корпоративного имиджа. Соотношение корпоративной культуры и корпоративного имиджа.</li> <li>18. Корпоративный имидж: сущность, функции, структура, стратегии формирования.</li> <li>19. Роль корпоративного стиля в формировании имиджа организации.</li> <li>20. Роль правовой культуры в становлении позитивного имидж организации.</li> <li>21. Нейтрализация последствий воздействия «чёрного» PR средствами имиджмейкинга.</li> <li>22. Имидж творческого человека: необходимые элементы и стратегии продвижения.</li> <li>23. Имидж делового человека. Требования протокола и этикета, предъявляемые к</li> </ol> |

**б) Порядок проведения промежуточной аттестации, показатели и критерии оценивания:**

– Зачтено – работа выполнена в соответствии с заданием, обучающийся показывает хороший уровень знаний не только на уровне воспроизведения и объяснения информации, но и интеллектуальные навыки решения проблем и задач, нахождения уникальных ответов к проблемам, оценки и вынесения критических суждений;

– не зачтено – задание преподавателя выполнено частично, обучающийся не может воспроизвести и объяснить содержание, не может показать интеллектуальные навыки решения поставленной задачи.