

Документ подписан простой электронной подписью.  
Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: Врио ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 28.06.2023 16:30:53

Уникальный программный ключ:

b2fd765521f4c570b8c6e8e502a10b4f1de8ae0d

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  
**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Самарский государственный экономический университет»**

**Институт**      Институт экономики предприятий

**Кафедра**      Коммерции, сервиса и туризма

**УТВЕРЖДЕНО**

Ученым советом Университета

(протокол № 11 от 30 мая 2023 г. )

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

**Наименование дисциплины**

Б1.В.14 Корпоративный и персональный имиджмэйкинг

**Основная профессиональная образовательная программа**

38.03.06 Торговое дело программа Управление бизнесом в сфере электронной коммерции

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Самара 2023

## Содержание (рабочая программа)

Стр.

- 1 Место дисциплины в структуре ОП
- 2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
- 3 Объем и виды учебной работы
- 4 Содержание дисциплины
- 5 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
- 6 Фонд оценочных средств по дисциплине

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

## 1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Корпоративный и персональный имиджмэйкинг входит в часть, формируемая участниками образовательных отношений блока Б1. Дисциплины (модули)

Предшествующие дисциплины по связям компетенций: Иностранный язык, Риторика и стилистика письменной речи, Деловые коммуникации и документооборот, Русский язык и культура речи, Русский язык как иностранный, Предпринимательское дело, Основы проектной деятельности, Командообразование и работа в команде, Организация добровольческой (волонтерской) деятельности и взаимодействие с социально ориентированными НКО, Адаптация лиц с ОВЗ, Консультационный проект, Поведение потребителя в цифровой среде, Товароведение, Омниканальный мерчандайзинг, Организация торгового пространства, Проектирование бизнеса в цифровой среде

Последующие дисциплины по связям компетенций: Оптимизация торгового ассортимента, Комьюнити-менеджмент, Интернет-маркетинг в торговле

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Корпоративный и персональный имиджмэйкинг в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

### Универсальные компетенции (УК):

УК-4 - Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
УК-4	УК-4.1: Знать:	УК-4.2: Уметь:	УК-4.3: Владеть (иметь навыки):
	основы делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами; современные коммуникативные технологии на государственном и иностранном языках; закономерности деловой устной и письменной коммуникации	применять на практике коммуникативные технологии, методы и способы делового общения; использовать информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках	технологией межличностного делового общения на государственном и иностранном языках, с применением профессиональных языковых форм и средств

УК-6 - Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
УК-6	УК-6.1: Знать:	УК-6.2: Уметь:	УК-6.3: Владеть (иметь навыки):

виды ресурсов (личностных, ситуативных, временных и т.д.) и их пределы, необходимые для успешного выполнения порученной работы; принципы и методы саморазвития и самообразования основные принципы профессионального и личностного развития, исходя из этапов карьерного роста и требований рынка труда; способы совершенствования своей деятельности на основе самооценки	решать задачи собственного профессионального и личностного развития, включая задачи изменения карьерной траектории, расставлять приоритеты; оптимально управлять своим временем для саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	способами управления своей познавательной деятельностью и ее совершенствования на основе самооценки и принципов образования в течение всей жизни; способностью реализации намеченных целей деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда
--	---	---

### Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-3 - Способен оптимизировать ассортиментно-ценовую и сервисную политику предприятия в соответствии с цифровой экономикой, учитывать характеристики целевой аудитории и партнеров в бизнес-среде

Планируемые результаты обучения по программе	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>		
ПК-3	ПК-3.1: Знать:	ПК-3.2: Уметь:	ПК-3.3: Владеть (иметь навыки):
	основы проектирования предпринимательской деятельности с учетом особенностей субъектов микросреды и факторов макросреды предприятия	проектировать предпринимательской деятельности и адаптировать ее к изменениям внешней микро- и макросреды, развивать ее в цифровом пространстве на основе современным информационно-коммуникационных технологий	навыками проектирования предпринимательской деятельности, ее адаптации к изменениям на рынке, к требованиям цифровой экономики

### 3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

#### Очно-заочная форма обучения

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 8
Контактная работа, в том числе:	6.3/0.18
Занятия лекционного типа	2/0.06
Занятия семинарского типа	2/0.06
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.3/0.01
Групповая контактная работа (ГКР)	2/0.06
Самостоятельная работа:	67.7/1.88
Промежуточная аттестация	34/0.94

Вид промежуточной аттестации: Экзамен	Экз
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы Зачетные единицы	108 3

#### 4. Содержание дисциплины

##### 4.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий:

Тематический план дисциплины Корпоративный и персональный имиджмэйкинг представлен в таблице.

#### Разделы, темы дисциплины и виды занятий Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе
		Лекции	Занятия семинарского типа	ИКР	ГКР		
Практич. занятия							
1.	Теоретические основы имиджмэйкинга	2				20	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3
2.	Практика имиджмэйкинга		2			47,7	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3
	Контроль	34					
	<b>Итого</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>0.3</b>	<b>2</b>	<b>67.7</b>	

#### 4.2 Содержание разделов и тем

##### 4.2.1 Контактная работа

###### Тематика занятий лекционного типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия лекционного типа*	Тематика занятия лекционного типа
2.	Теоретические основы имиджмэйкинга	лекция	Концептуальные модели корпоративного имиджа Персональный имидж: атрибуты, составляющие и формирование имиджа

\*лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся

###### Тематика занятий семинарского типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия семинарского типа**	Тематика занятия семинарского типа
2.	Практика имиджмэйкинга	практическое занятие	Факторы, методы и инструменты формирования имиджа

\*\* семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия

##### Иная контактная работа

При проведении учебных занятий СГЭУ обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств

(включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Формы и методы проведения иной контактной работы приведены в Методических указаниях по основной профессиональной образовательной программе.

#### 4.2.2 Самостоятельная работа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид самостоятельной работы ***
1.	Теоретические основы имиджмэйкинга	- подготовка доклада - подготовка электронной презентации - тестирование
2.	Практика имиджмэйкинга	- подготовка доклада - подготовка электронной презентации - тестирование

\*\*\* самостоятельная работа в семестре, написание курсовых работ, докладов, выполнение контрольных работ

### 5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

#### 5.1 Литература:

##### Основная литература

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

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

##### Дополнительная литература

Селентьева, Д. О. Политическая имиджелогия : учебное пособие для вузов / Д. О. Селентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 164 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06386-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512609>

Тульчинский, Г. Л. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом : учебное пособие для вузов / Г. Л. Тульчинский, В. И. Терентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 255 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05503-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510076>

Технология формирования имиджа, PR и рекламы в социальной работе : учебник и практикум для вузов / М. В. Воронцова [и др.] ; под редакцией М. В. Воронцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 251 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15152-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519367>

##### Литература для самостоятельного изучения

Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 358 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16502-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531181>

#### 5.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Microsoft Windows 10 Education / Microsoft Windows 7 / Windows Vista Business
2. Microsoft Office 2016 Professional Plus (Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher) / Microsoft Office 2007 (Word, Excel, Access, PowerPoint)

### **5.3 Современные профессиональные базы данных, к которым обеспечивается доступ обучающихся**

1. Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия» - <http://www.gov.ru/>)
2. Профессиональная база данных «Финансово-экономические показатели Российской Федерации» (Официальный сайт Министерства финансов РФ - <https://www.minfin.ru/ru/>)
3. Профессиональная база данных «Официальная статистика» (Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - <http://www.gks.ru/>)

### **5.4 Информационно-справочные системы, к которым обеспечивается доступ обучающихся**

1. справочно-правовая система «Консультант Плюс»
2. справочно-правовая система «ГАРАНТ-Максимум»

### **5.5. Специальные помещения**

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования

### **5.6 Лаборатории и лабораторное оборудование**

## **6. Фонд оценочных средств по дисциплине Корпоративный и персональный имиджмэйкинг:**

## 6.1. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля	Отметить нужное знаком « + »
Текущий контроль	Оценка докладов	+
	Тестирование	+
Промежуточный контроль	Экзамен	+

Порядок проведения мероприятий текущего и промежуточного контроля определяется Методическими указаниями по основной профессиональной образовательной программе высшего образования; Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Самарский государственный экономический университет».

## 6.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

### Универсальные компетенции (УК):

УК-4 - Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	УК-4.1: Знать:	УК-4.2: Уметь:	УК-4.3: Владеть (иметь навыки):
	основы делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами; современные коммуникативные технологии на государственном и иностранном языках; закономерности деловой устной и письменной коммуникации	применять на практике коммуникативные технологии, методы и способы делового общения; использовать информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (- ых) языках	технологией межличностного делового общения на государственном и иностранном языках, с применением профессиональных языковых форм и средств
Пороговый	основы делового общения, виды вербальных и невербальных средств взаимодействия с партнерами, используемые в процессе формирования имиджа	применять на практике коммуникативные технологии, методы и способы делового общения с целью формирования благоприятного имиджа	технологией межличностного делового общения на государственном языке
Стандартный (в дополнение к пороговому)	основы делового общения, виды вербальных и невербальных средств взаимодействия с	применять на практике коммуникативные технологии, методы и способы делового общения; использовать	технологией межличностного делового общения на государственном и иностранном языках



	партнерами; характеристики современных коммуникативных технологий и технологий формирования имиджа	информационно- коммуникационные технологии с целью формирования благоприятного имиджа	
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	основы делового общения, виды вербальных и невербальных средств взаимодействия с партнерами; характеристики современных коммуникативных технологий, закономерности деловой устной и письменной коммуникации, влияющие на формирование имиджа	применять на практике коммуникативные технологии, методы и способы делового общения; использовать информационно- коммуникационные технологии на государственном и иностранном (-ых) языках с целью формирования благоприятного имиджа	технологией межличностного делового общения на государственном и иностранном языках, с применением профессиональных языковых форм и средств с целью формирования благоприятного имиджа

УК-6 - Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

Планируемые результаты обучения по программе	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>		
	УК-6.1: Знать:	УК-6.2: Уметь:	УК-6.3: Владеть (иметь навыки):
	виды ресурсов (личностных, ситуативных, временных и т.д.) и их пределы, необходимые для успешного выполнения порученной работы; принципы и методы саморазвития и самообразования основные принципы профессионального и личностного развития, исходя из этапов карьерного роста и требований рынка труда; способы совершенствования своей деятельности на основе самооценки	решать задачи собственного профессионального и личностного развития, включая задачи изменения карьерной траектории, расставлять приоритеты; оптимально управлять своим временем для саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	способами управления своей познавательной деятельностью и ее совершенствования на основе самооценки и принципов образования в течение всей жизни; способностью реализации намеченных целей деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда
Пороговый	виды ресурсов (личностных, ситуативных, временных и т.д.) и их пределы с целью формирования благоприятного имиджа	решать задачи собственного профессионального и личностного развития с целью формирования благоприятного имиджа	способами управления своей познавательной деятельностью и ее совершенствования на основе самооценки и принципов образования в течение всей жизни с

			целью формирования благоприятного имиджа
Стандартный (в дополнение к пороговому)	виды ресурсов (личностных, ситуативных, временных и т.д.) и их пределы, необходимые для успешного выполнения порученной работы; принципы и методы саморазвития и самообразования с целью формирования благоприятного имиджа	решать задачи собственного профессионального и личностного развития, включая задачи изменения карьерной траектории, расставлять приоритеты с целью формирования благоприятного имиджа	способами управления своей познавательной деятельностью и ее совершенствования на основе самооценки и принципов образования в течение всей жизни; способностью реализации намеченных целей деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей с целью формирования благоприятного имиджа
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	виды ресурсов (личностных, ситуативных, временных и т.д.) и их пределы, необходимые для успешного выполнения порученной работы; принципы и методы саморазвития и самообразования основные принципы профессионального и личностного развития, исходя из этапов карьерного роста и требований рынка труда; способы совершенствования своей деятельности на основе самооценки с целью формирования благоприятного имиджа	решать задачи собственного профессионального и личностного развития, включая задачи изменения карьерной траектории, расставлять приоритеты; оптимально управлять своим временем для саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни с целью формирования благоприятного имиджа	способами управления своей познавательной деятельностью и ее совершенствования на основе самооценки и принципов образования в течение всей жизни; способностью реализации намеченных целей деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда с целью формирования благоприятного имиджа

### Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-3 - Способен оптимизировать ассортиментно-ценовую и сервисную политику предприятия в соответствии с цифровой экономикой, учитывать характеристики целевой аудитории и партнеров в бизнес-среде

Планируемые результаты обучения по программе	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>		
	ПК-3.1: Знать:	ПК-3.2: Уметь:	ПК-3.3: Владеть (иметь навыки):
	основы проектирования предпринимательской деятельности с учетом особенностей субъектов микросреды и факторов макросреды предприятия	проектировать предпринимательской деятельности и адаптировать ее к изменениям внешней микро- и макросреды, развивать ее в цифровом пространстве на основе	навыками проектирования предпринимательской деятельности, ее адаптации к изменениям на рынке, к требованиям цифровой экономики

		современным информационно-коммуникационных технологий	
Пороговый	основы проектирования предпринимательской деятельности с целью формирования корпоративного имиджа	проектировать предпринимательской деятельности с целью формирования корпоративного имиджа	навыками проектирования предпринимательской деятельности с целью формирования корпоративного имиджа
Стандартный (в дополнение к пороговому)	основы проектирования предпринимательской деятельности с учетом особенностей субъектов микросреды с целью формирования корпоративного имиджа	проектировать предпринимательской деятельности и адаптировать ее к изменениям внешней микро- и макросреды с целью формирования корпоративного имиджа	навыками проектирования предпринимательской деятельности, ее адаптации к изменениям на рынке с целью формирования корпоративного имиджа
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	основы проектирования предпринимательской деятельности с учетом особенностей субъектов микросреды и факторов макросреды предприятия с целью формирования корпоративного имиджа	проектировать предпринимательской деятельности и адаптировать ее к изменениям внешней микро- и макросреды, развивать ее в цифровом пространстве на основе современным информационно-коммуникационных технологий с целью формирования корпоративного имиджа	навыками проектирования предпринимательской деятельности, ее адаптации к изменениям на рынке, к требованиям цифровой экономики с целью формирования корпоративного имиджа

### 6.3. Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контролируемые планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по программе	Вид контроля/используемые оценочные средства	
			Текущий	Промежуточный
1.	Теоретические основы имиджмэйкинга	УК-4.1, УК-4.2, УК- 4.3, УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, ПК-3.1, ПК- 3.2, ПК-3.3	Оценка докладов Тестирование	Экзамен
2.	Практика имиджмэйкинга	УК-4.1, УК-4.2, УК- 4.3, УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, ПК-3.1, ПК- 3.2, ПК-3.3	Оценка докладов Тестирование	Экзамен

### 6.4. Оценочные материалы для текущего контроля

<https://lms2.sseu.ru/course/index.php?categoryid=2025>

#### Примерная тематика докладов

Раздел дисциплины	Темы
Теоретические основы имиджмэйкинга	1.Формирование представлений об имидже в культуре второй половины XX в. 2.Предмет и законы имиджелогии. 3.Основные понятия имиджелогии. Имиджмейкинг, имиджбилдинг.

	<p>4. Проблема соотношения имиджмейкинга и PR в разработке и поддержании имиджа: теоретический и прикладной аспекты.</p> <p>5. Имидж как система и процесс. Формирование имидж-модели. Проблемы практической реализации имидж-модели.</p> <p>6. Структура имиджа. Структурный подход к формированию имиджа.</p> <p>7. Типология имиджей.</p> <p>8. Функции персонального имиджа.</p> <p>9. Функции имиджа организации.</p> <p>10. Анализ имиджа конкретного исторического лица (власть, политика, искусство).</p>
Практика имиджмейкинга	<p>11. Генезис деятельности по формированию имиджа. Анализ имиджа социально-исторического типа (фараон, свободный гражданин, монах, рыцарь, буржуа и т.п.).</p> <p>12. Эстетический аспект имиджа. Специфика эстетического компонента в имиджевом решении.</p> <p>13. Психологический аспект персонального имиджа. Условия и предпосылки формирования эффективного персонального имиджа.</p> <p>14. Профессиональные требования к имиджу (для конкретной профессии, см. примеры: бизнес-тренер, социальный работник).</p> <p>15. Природные предпосылки формирования персонального имиджа.</p> <p>16. Имидж делового человека. Проблемы формирования и поддержания персонального имиджа в бизнес-среде.1</p> <p>17. Проблема соотношения имиджевых и этикетных требований в бизнес-среде.</p> <p>18. Роль корпоративной культуры в формировании имиджа фирмы.</p> <p>19. Имидж как объект моделирования. Алгоритмы формирования имиджа.</p> <p>20. Визуальное, вербальное, событийное, контекстное измерения имиджа.</p>

**Задания для тестирования по дисциплине для оценки сформированности компетенций (min 20, max 50 + ссылку на ЭИОС с тестами)**

<https://lms2.sseu.ru/course/index.php?categoryid=2025>

1. Из каких внешних атрибутов складывается имидж организации?

- а) Логотип.
- б) Слоган.
- в) Рекламный образ.
- г) Все ответы верны.

2. Какому автору принадлежит следующее определение имиджелогии: «Имиджелогия -это наука о технологии личного обаяния»?

- а) Панасюк А.Ю.
- б) Шепель В.М.
- в) Почепцов Г.Г.
- г) Горчакова В.Г.

3. Что в имиджелогии называют понятием «инвертированный имидж»?

- а) Любой положительный образ.
- б) Отрицательный имидж конкурента.
- в) Имидж товара.
- г) Желаемый имидж;

4. В соответствии с функциональным подходом к типологии имиджей, имидж, свойственный нашему представлению о себе называется:

- а) Текущий имидж.
- б) Зеркальный имидж.
- в) Желаемый имидж.

- г) Множественный имидж.
5. Как в имиджологии называют процесс построения имиджа посредством одежды?
- а) имиджклоузинг.
  - б) имиджмейкинг.
  - в) политический консалтинг.
  - г) верный ответ отсутствует.
6. В зависимости от способа передачи информационных сообщений к целевым аудиториям выделяют следующие типы имиджа:
- а) вербальный.
  - б) корпоративный.
  - в) кинетический.
  - г) индивидуальный.
7. Инструментарий имиджологии включает в себя следующие технологии?
- а) позиционирование.
  - б) манипулирование.
  - в) баллотирование.
  - г) все ответы верны.
8. В политической имиджологии выделяются следующие типы лидерства:
- а) «хозяйственник».
  - б) «борец».
  - в) «экзотик».
  - г) «неудачник».
  - д) все ответы верны.
9. Как в имиджологии называют совокупность словесных сообщений, передаваемых целевой аудитории?
- а) Детализация.
  - б) Вербализация.
  - в) Мифологизация.
  - г) Архаизация;
  - д) верный ответ отсутствует.
10. Пропаганда как метод воздействия на целевую аудиторию является разновидностью следующей технологии:
- а) Позиционирования.
  - б) Манипулирования.
  - в) Вербализации.
  - г) Детализации.
11. Каким понятием в имиджологии обозначают специально подобранную совокупность единиц одежды и обуви, определяющую поведение человека?
- а) «образ».
  - б) «костюм».
  - в) «имидж».
  - г) верный ответ отсутствует.
12. В какой области имиджмейкинга необходимо создавать уникальный, неповторимый стиль в манере одеваться, произносить слова, макияже, причёске и т.д.?
- а) бизнес.
  - б) шоу-бизнес.
  - в) политика.
  - г) все ответы верны.
13. Как в имиджологии называют совокупность знаний взаимосвязи между внешними чертами человека и его характером?
- а) физиогномика.
  - б) фейсбилдинг.
  - в) кинетика
  - г) верный ответ отсутствует.
14. Флюидное излучение как механизм управления индивидуальным имиджем предполагает:
- а) телесное информирование.

- б) риторическая оснащенность.  
 в) создание личного «биоэнергетического поля».  
 г) верный ответ отсутствует.
15. Как называют разновидность визуализации, когда для подачи информации используются детали, акцентирующие внимание на объекте имиджмейкинга?  
 а) позиционирование.  
 б) манипулирование.  
 в) вербализация.  
 г) верный ответ отсутствует
16. Имидж в переводе с английского языка означает:  
 а) впечатление;  
 б) образ;  
 в) оценка.
17. Носителем имиджа является:  
 а) фирма, организация;  
 б) люди, лидеры общественного мнения;  
 в) а) и б)
18. Типизация – это:  
 а) обобщенное представление о чем-либо;  
 б) целенаправленно-сформированный образ чего-либо и кого-либо;  
 в) явление повседневной практики общения, сводящиеся к упрощенным типам.
19. Когда имиджирование стало самостоятельным предметом?  
 а) в начале 1980 –х гг.  
 б) с конца 1990 –х гг.  
 в) с конца 1950 –х гг.
20. Как называется специалист по созданию имиджа?  
 а) специалист по имиджу;  
 б) имиджмейкер;  
 в) носитель имиджа.

### 6.5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации

#### Фонд вопросов для проведения промежуточного контроля в форме экзамена

Раздел дисциплины	Вопросы
Теоретические основы имиджмейкинга	1. Что такое имидж как феномен и как научное понятие? 2. Каковы функции имиджа, их теоретическое и практическое значение? 3. Основные типы имиджа. 4. Какие существуют направления и отрасли имиджологии? 5. Какие знания и умения приоритетны в имиджологии? 6. Универсальное значение имиджологии. 7. Место и роль имиджологии в современных массовых коммуникациях. 8. Имидж в ракурсе жизненной перспективы. 9. Взаимосвязь менталитета и имиджа. 10. Имидж как средство решения личностных проблем. 11. Имиджирование как путь к успеху. 12. Имидж-технологии. 13. Имиджмейкер как профессия. 14. Базовая модель технологии имиджирования. 15. Важнейшие психологические измерения имиджа: направленность, интенсивность, широта и глубина. 16. Имидж как модель интерпретации деятельности социального объекта массовым сознанием. 17. Имидж как центральное понятие PR. 18. Составляющие правильного образа жизни. 19. Знания по ортобиозу и работа над имиджем. 20. Философия имиджологии.

Практика имиджмейкинга	21. Концепция В.М. Шепеля об имидже как феномене и как понятии. 22. Имиджирование как форма самопрезентации. 23. Теоретические и практические основы презентации. 24. Самопрезентация. Теоретический аспект. 25. Основные принципы организации имиджирования. 26. «Я-концепция» и её составляющие. 27. Физиогномика. 28. Место фейсбилдинга в имиджелогии. 29. Роль причёски в имидже. Основные требования при индивидуальном подборе причёски. 30. Колористика. Основные понятия и назначение. 31. Цвет и зрительное восприятие. 32. Роль «подобия» в подборе одежды, причёски, макияжа, аксессуаров. 33. Макияж и его роль в создании имиджа. 34. Вербальное и невербальное общение. 35. Кинесика как наука о языке тела. Основные приёмы. 36. Жест как средство коммуникации. 37. Имидж телефонного общения. 38. Правила хорошего тона как важная составляющая имиджа. 39. Гражданский этикет. 40. Бизнес-этикет.
---------------------------	---

#### 6.6. Шкалы и критерии оценивания по формам текущего контроля и промежуточной аттестации

##### Шкала и критерии оценивания

Оценка	Критерии оценивания для мероприятий контроля с применением 4-х балльной системы
«отлично»	Повышенный УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3
«хорошо»	Стандартный УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3
«удовлетворительно»	Пороговый УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3
«неудовлетворительно»	Результаты обучения не сформированы на пороговом уровне