

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ»



Утверждаю
Декан СПФ

Т. В. Поштарева

«28» октября 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Психология имиджа»

Направление подготовки 37.03.01 Психологические науки
Направленность (профиль) программы Психология
Квалификация выпускника бакалавр
Форма обучения очная, заочная

год начала подготовки – 2020

Разработана

д-р. пед. наук, проф. кафедры СГД
_____ Т.В. Поштарева

Согласована

зав. выпускающей кафедры СГД
_____ Т.В. Поштарева

Рекомендована

на заседании кафедры СГД
от «28» октября 2020 г.
протокол № 3
Зав. кафедрой _____ Т.В. Поштарева

Одобрена

на заседании учебно-методической
комиссии СПФ
от «28» октября 2020 г.
протокол № 2
Председатель УМК
_____ Т.В. Поштарева

Ставрополь 2020 г.

Содержание

	Стр.
1. Цели освоения дисциплины	3
2. Место дисциплины в структуре ООП	3
3. Планируемые результаты обучения по дисциплине	3
4. Объем дисциплины и виды учебной работы	3
5. Содержание и структура дисциплины	4
5.1. Содержание дисциплины	4
5.2. Структура дисциплины	5
5.3. Занятия семинарского типа	6
5.4. Курсовой проект (курсовая работа, расчетно-графическая работа, реферат, контрольная работа)	6
5.5. Самостоятельная работа	6
6. Образовательные технологии	7
7. Фонд оценочных средств (оценочные материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации	7
8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	7
8.1. Основная литература	7
8.2. Дополнительная литература	7
8.3. Программное обеспечение	8
8.4. Профессиональные базы данных	8
8.5. Информационные справочные системы	8
8.6. Интернет-ресурсы	8
8.7. Методические указания по освоению дисциплины	8
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины	12
10. Особенности освоения дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья	12
Приложение	14
Дополнения и изменения к рабочей программе	

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения учебной дисциплины «Психология имиджа»: формирование у студентов системы представлений об имидже как социально-психологическом феномене, умений по его развитию.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Дисциплина «Психология имиджа» является дисциплиной по выбору вариативной части блока Дисциплины (модули) (Б.1.ДВ.1) и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающихся: студент должен оперировать основными понятиями из области делового общения, психологии управления персоналом, организационной психологии.

Приобретённые в ходе изучения данной дисциплины теоретические знания должны быть закреплены студентами при прохождении соответствующих дисциплин и видов практики.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Психология труда	Преддипломная практика
Организационная психология	Организационно-управленческая практика
Психология управления персоналом	Практикум по профотбору и профессиональной диагностике
Психология делового общения	

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Формируемые компетенции (код компетенции, уровень)	Планируемые результаты обучения на данном этапе формирования компетенции	
ПК-13 способностью к проведению работ с персоналом организации с целью отбора кадров и создания психологического климата, способствующего оптимизации производственного процесса	Знать	Основы психологии имиджа
	уметь	проводить работу с персоналом организации с целью отбора кадров и формирования имиджа сотрудников и организации
	владеть	навыками работы с персоналом организации с целью создания имиджа организации, способствующего оптимизации производственного процесса
ПК-14 способностью к реализации психологических технологий, ориентированных на личностный рост сотрудников организации и охрану здоровья индивидов и групп	уметь	Подбирать и реализовывать психологические технологии, ориентированные на личностный рост сотрудников организации посредством выстраивания благоприятного имиджа
	владеть	Навыками подбора и реализации психологических технологий, ориентированных на охрану психологического здоровья индивидов и групп

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общий объем дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 академических часов.

ОФО

Вид учебной работы	Всего часов	Триместры
		Б
Контактная работа (всего)	20	20
в том числе:		
1) занятия лекционного типа (ЛК)	10	10
из них		
– лекции	10	10
2) занятия семинарского типа (ПЗ)	10	10
из них		
– семинары (С)	-	-
– практические занятия (ПР)	10	10
– лабораторные работы (ЛР)	-	-
3) групповые консультации	-	-
4) индивидуальная работа	-	-
5) промежуточная аттестация	-	-
Самостоятельная работа (всего) (СР)	88	88
в том числе:		
Курсовой проект (работа)	-	-
Расчетно-графические работы	-	-
Контрольная работа	-	-
Реферат	-	-

Самоподготовка (самостоятельное изучение разделов, проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)	-	-
Подготовка к аттестации	-	-
Общий объем, час	108	108
Форма промежуточной аттестации	зачет	зачет

ЗФО

Вид учебной работы	Всего часов	Триместры
		Г
Контактная работа (всего)	14,3	14,3
в том числе:		
1) занятия лекционного типа (ЛК)	4	4
из них		
– лекции	4	4
2) занятия семинарского типа (ПЗ)	10	10
из них		
– семинары (С)	-	-
– практические занятия (ПР)	10	10
– лабораторные работы (ЛР)	-	-
3) групповые консультации	-	-
4) индивидуальная работа	-	-
5) промежуточная аттестация	0,3	0,3
Самостоятельная работа (всего) (СР)	93,7	93,7
в том числе:		
Курсовой проект (работа)	-	-
Расчетно-графические работы	-	-
Контрольная работа	-	-
Реферат	-	-
Самоподготовка (самостоятельное изучение разделов, проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)	90	90
Подготовка к аттестации	3,7	3,7
Общий объем, час	108	108
Форма промежуточной аттестации	зачет	зачет

5. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Содержание дисциплины

№ № раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)
Раздел 1. Теоретико-методологические основы психологии имиджа		
1.1.	Имидж, его структура и типологии.	Имидж как составляющая современной цивилизации. Функции психологии имиджа (теоретическая, познавательная, воспитательная, прогностическая, инструментальная). Основные категории и понятия психологии имиджа. Представление о типах имиджа в современной науке: зеркальный, текущий, корпоративный и др. Типология имиджа по Э. Сэмпсону (самоимидж, воспринимаемый и требуемый имидж). Индивидуальный, групповой, предметный, корпоративный, персональный, профессиональный имидж, их основная характеристика. Сопоставительный, харизматический, закрытый, мифологический типы имиджей. Общая структура имиджа, характеристика основных компонентов. Факторы и закономерности формирования первого впечатления. Эффекты восприятия. Основные особенности имиджа: динамичность, информативность, активность, доминирование невербальных характеристик, функциональность
1.2.	Психологические закономерности и	Имидж и массовое сознание. Социальные, культурно-исторические, политические, экономические факторы в

	механизмы создания имиджа	<p>создании имиджа.</p> <p>Региональные особенности, потребности основных групп населения, временные параметры, демографический состав, этнопсихологический и ситуативный фактор в создании и изменении имиджа.</p> <p>Социально-ролевая, профессиональная, гендерная, коммуникативная, ценностная, мотивационно-потребностная сфера личности в создании индивидуального имиджа.</p> <p>Мотивация и имидж.</p> <p>Имидж, ориентированный на самооощущение и имидж, ориентированный на восприятие.</p> <p>Универсальный тип имиджа как выражение совпадения системы ценностных установок индивида с актуальными социальными ожиданиями.</p> <p>Основные направления формирования имиджа. Каналы построения имиджа: рациональный и эмоциональный. Вербальный, визуальный, и поведенческий каналы создания имиджа.</p>
Раздел 2. Психология персонального имиджа		
2.1.	Личность и имидж	<p>Актуальность создания собственного имиджа для современной личности.</p> <p>Проблемы личного характера и их отражение в имидже.</p> <p>Соотношение самооценки и социальной оценки в создании имиджа личности.</p> <p>Самопрезентация личности и имидж.</p> <p>Требования к личности в профессиональной сфере деятельности.</p> <p>Основные компоненты персонального имиджа: стиль одежды, прическа, аксессуары, украшения, голос, манера поведения, окружение.</p> <p>Соответствие внешних атрибутов имиджа внутренним качествам человека.</p>
2.2.	Психологическая помощь личности в создании и коррекции имиджа	<p>Основные цели и особенности работы психолога по оказанию помощи в создании и коррекции имиджа.</p> <p>Проблема соответствия имиджа и социального статуса личности.</p> <p>Понятие VIP-клиент. Основные принципы работы психолога с VIP-клиентами.</p> <p>Работа психолога с VIP по подготовке к адекватному поведению и восприятию себя как статусного человека. Основные стратегии создания имиджа лидера.</p> <p>Основные направления VIP-тренера: проработка элементов имиджа клиента, обучение приемам релаксации, саморегуляции, аутотренинга, избавление от страхов, возвращение вкуса к жизни, корректировка отношений с другими людьми. Подбор и реализация психологических технологий, ориентированные на личностный рост сотрудников орга-низации посредством выстраивания благоприятного имиджа.</p>
Раздел 3. Корпоративный имидж.		
3.1.	Групповой и корпоративный имидж. Структура и содержание.	<p>Понятие группового имиджа. Стереотип как механизм личностного и группового восприятия.</p> <p>Имидж организованной группы (корпоративный имидж), его содержание и назначение. Основные компоненты корпоративного имиджа.</p> <p>Факторы, определяющие имидж корпорации, фирмы. Социально-психологические требования к имиджу фирмы. Психологический анализ потребностей потребителей услуг как основа формирования имиджа фирмы.</p> <p>Функции имиджа фирмы.</p> <p>Культура фирмы и фирменный стиль. Культура деловых отношений, стиль общения и поведения. Личная культура персонала фирмы.</p> <p>Организационная (корпоративная) культура и фирменный стиль.</p> <p>Двуединство имиджа фирмы: внутрифирменный и внешний.</p> <p>Интерьер офиса и требования к нему. Психологические восприятия интерьера офиса сотрудниками и посетителями.</p> <p>Психологические требования к организации рабочих мест (мебель, оборудование, оргтехника).</p> <p>Требования к организации рабочего помещения.</p> <p>Внешний облик сотрудников и требования к нему.</p> <p>Особенности работы с персоналом организации с целью создания имиджа организации, способствующего оптимизации производственного процесса</p>
3.2.	Предметный имидж.	<p>Взаимосвязь предметной среды и идентичности личности.</p> <p>Символическое значение среды.</p> <p>Понятие предметного имиджа. Цели и мотивы создания предметного имиджа.</p> <p>Влияние социальных процессов, политических событий, экономической ситуации на выбор символов предметного имиджа.</p>

5.2. Структура дисциплины

ОФО

№	Раздел дисциплины и тема	Количество часов					
		Всего	ЛК	С	ПР	ЛР	СР
<i>Раздел 1. Теоретико-методологические основы психологии имиджа</i>		40	4		2		34
1.1.	Имидж, его структура и типологии.		2				14
1.2.	Психологические закономерности и механизмы создания имиджа		2		2		20
<i>Раздел 2. Психология персонального имиджа</i>		34	4		6		24
2.1.	Личность и имидж		2		2		14
2.2.	Психологическая помощь личности в создании и коррекции имиджа		2		4		10
<i>Раздел 3. Корпоративный имидж</i>		34	2		2		30
3.1.	Групповой и корпоративный имидж. Структура и содержание				2		20
3.2.	Предметный имидж		2				10
Промежуточная аттестация							
Групповые консультации							
<i>Общий объем</i>		108	10		10		88

ЗФО

№	Раздел дисциплины и тема	Количество часов					
		Всего	ЛК	С	ПР	ЛР	СР
<i>Раздел 1. Теоретико-методологические основы психологии имиджа</i>		38	2		2		34
1.1.	Имидж, его структура и типологии.		2				14
1.2.	Психологические закономерности и механизмы создания имиджа				2		20
<i>Раздел 2. Психология персонального имиджа</i>		32	2		6		24
2.1.	Личность и имидж		2		2		14
2.2.	Психологическая помощь личности в создании и коррекции имиджа				4		10
<i>Раздел 3. Корпоративный имидж</i>		34	2		2		30
3.1.	Групповой и корпоративный имидж. Структура и содержание				2		20
3.2.	Предметный имидж		2				12
Промежуточная аттестация		3,7					
Групповые консультации		0,3					
<i>Общий объем</i>		108	4		10		90

5.3. Занятия семинарского типа

ОФО

№ п/п	№ раздела (темы)	Вид занятия	Наименование	Количество часов
1.	1.2.	ПР	Психологические закономерности и механизмы создания имиджа	2
2.	2.1	ПР	Личность и имидж	2
3.	2.2.	ПР	Психологическая помощь личности в создании и коррекции имиджа	4
4.	3.1.	ПР	Групповой и корпоративный имидж. Структура и содержание	2

ЗФО

№ п/п	№ раздела (темы)	Вид занятия	Наименование	Количество часов
1.	1.2.	ПР	Психологические закономерности и механизмы создания имидж	2
2.	2.2.	ПР	Психологическая помощь личности в создании и коррекции имиджа	4
3.	3.1.	ПР	Групповой и корпоративный имидж. Структура и содержание	2

5.4. Курсовой проект (курсовая работа, расчетно-графическая работа, реферат, контрольная работа)

Не предусмотрен

5.5. Самостоятельная работа

№ раздела (темы)	Виды самостоятельной работы	Количество часов ОФО	Количество часов ЗФО
1.1	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов	14	14

1.2	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов	20	20
2.1	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов	14	14
2.2	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов	10	10
3.1.	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов	20	20
3.2.	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов	10	12

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Технологии деятельностного и диалогового обучения (кейс-метод, дискуссия, игровые упражнения)

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

- сбор, хранение, систематизация и выдача учебной и научной информации;
- обработка текстовой, графической и эмпирической информации;
- подготовка, конструирование и презентация итогов исследовательской и аналитической деятельности;
- самостоятельный поиск дополнительного учебного и научного материала, с использованием поисковых систем и сайтов сети Интернет, электронных энциклопедий и баз данных;
- использование электронной почты преподавателей и обучающихся для рассылки, переписки и обсуждения возникших учебных проблем.

На практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные с помощью программного приложения MicrosoftPowerPoint, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Интерактивные и активные образовательные технологии

№ раздела (темы)	Вид занятия (ЛК, ПР, С, ЛР)	Используемые интерактивные и активные образовательные технологии	Количество часов ОФО	Количество часов ЗФО
1.2.	ПР	Практические задания	2	2
2.2.	ПР	Круглый стол Практические задания	4	4
3.1.	ПР	Практические задания	2	2

Практическая подготовка обучающихся

№ раздела (темы)	Вид занятия (ЛК, ПР, ЛР)	Виды работ	Количество часов ОФО	Количество часов ЗФО
3.1	ПР	Разработка плана построения корпоративного имиджа с позиции психолога	2	2

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Фонд оценочных средств (оценочные материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по дисциплине приводятся в приложении.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Основная литература

1. Макаров Б.В. Психология делового общения [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Макаров Б.В., Непогода А.В.— Электрон.текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2019.— 209 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/79820.html> .— ЭБС «IPRbooks»

2. Петрова Ю.А. Психология делового общения и культура речи [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Петрова Ю.А.— Электрон.текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2019.— 183 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/79821.html> .— ЭБС «IPRbooks»

3. Лавриненко, В. Н. Психология и этика делового общения: учебник и практикум для вузов / В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышова ; под редакцией В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышовой. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 408 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01353-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449749>

8.2. Дополнительная литература

1. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникативные стратегии [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов / А. Ю. Горчева, Т. Э. Гринберг, И. А. Красавченко [и др.] ; под ред. В. М. Горохов, Т. Э.

Гринберг. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — М. : Аспект Пресс, 2018. — 222 с. — 978-5-7567-0896-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/80707.html>

2 Хусаинова Г.Р. Творческие игры для делового общения [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Хусаинова Г.Р.— Электрон.текстовые данные.— Казань: Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2017.— 80 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/79536.html>. — ЭБС «IPRbooks»

3. Корягина, Н. А. Психология общения : учебник и практикум для вузов / Н. А. Корягина, Н. В. Антонова, С. В. Овсянникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 440 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03322-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450305>.

4. Технология формирования имиджа, пр и рекламы в социальной работе : учебник и практикум для вузов / М. В. Воронцова [и др.] ; под редакцией М. В. Воронцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 250 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13625-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/466145>

Специализированные периодические издания

- Ученые записки ИМЭИ. [Электронный ресурс] – М., 2011 – 2016. Режим доступа <http://www.iprbookshop.ru/44321.html>

- Педагогика и психология образования. [Электронный ресурс] – М., 2015 – 2017. Режим доступа <http://www.iprbookshop.ru/70186.html>

- Akademická psychologie. [Электронный ресурс] – Прага, 2018. – №№ 1-4. – Режим доступа <http://www.iprbookshop.ru/83776.html>

- Вестник Российского университета дружбы народов. Сер. Психология и педагогика. [Электронный ресурс] – М., Изд-во Российский университет дружбы народов. – 2018. - №№ 1-2. - Режим доступа

<http://www.iprbookshop.ru/79138.html>

- Вестник научного общества студентов, аспирантов и молодых ученых. [Электронный ресурс] - Комсомольск-на-Амуре, 2013 – 2017. Режим доступа <http://www.iprbookshop.ru/46376.html>

- Педагогика и психология образования. [Электронный ресурс] – М., 2015 – 2017. Режим доступа <http://www.iprbookshop.ru/70186.html>

8.3. Программное обеспечение

Microsoft Office

8.4. Профессиональные базы данных

Международная реферативная база журналов и статей Web of Science - <https://www.clarivate.ru/products/web-of-science/>

8.5. Информационные справочные системы

АНО ВО СКСИ – 1С: Библиотека

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» — <http://www.consultant.ru/>

Поисковые системы

<https://www.yandex.ru/>

<https://www.rambler.ru/>

<https://accounts.google.com/>

<https://www.yahoo.com/>

8.6. Интернет-ресурсы

Бесплатная электронная библиотека онлайн «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» - <http://www.window.edu.ru>

Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов – <http://school-collection.edu.ru/>

Электронная библиотека «Все учебники» - <http://www.vse-uchebniki.ru/>

Электронно-библиотечная система «IPRBooks» - <http://www.iprbookshop.ru/>

Научная электронная библиотека - <http://www.elibrary.ru/>

Портал открытых данных – <https://data.gov.ru/>

Научная электронная библиотека «Киберленинка» - <http://cyberleninka.ru/>

Федеральный центр информационно- образовательных ресурсов - <http://fcior.edu.ru/>

Свободная энциклопедия «Википедия»- <https://ru.wikipedia.org>

Национальная Электронная Библиотека (НЭБ)- <https://нэб.рф>

Психолого-педагогические журналы и периодика:

1. mpgu.su/ob-mpgu/izdaniya-mpgu/pedagogika-psihologiya-obrazovaniya/ (Журнал «Педагогика и психология образования» - МПГУ)

2. publishing-vak.ru/pedagogy.htm (Научный журнал «Педагогический журнал» - Аналитика Родис)

3. pedagogika-rao.ru/ (Педагогика. Научно-теоретический журнал)

4. <http://www.voppsy.ru> - «Вопросы психологии»

5. mpgu.su/ob-mpgu/izdaniya-mpgu/pedagogika-psihologiya-obrazovaniya/ (Журнал «Педагогика и психология образования» - МПГУ)

8.7. Методические указания по освоению дисциплины

Материалы учебно-методического обеспечения самостоятельной работы приведены в методических указаниях к самостоятельной работе студентов.

Система знаний по дисциплине формируется в ходе аудиторных и внеаудиторных (самостоятельных) занятий. Используя лекционный материал, учебники или учебные пособия, дополнительную литературу, проявляя творческий подход, обучающийся готовится к практическим занятиям, рассматривая их как пополнение, углубление, систематизацию своих теоретических знаний. Спецификой заочной формы обучения является преобладающее количество часов самостоятельной работы по сравнению с аудиторными занятиями. Ряд тем учебного курса полностью переносится на самостоятельное изучение.

Обучающийся должен прийти в высшую школу с полным пониманием того, что самостоятельное овладение знаниями является главным, определяющим. Высшая школа лишь создает для этого необходимые условия.

Самостоятельная работа студента начинается с внимательного ознакомления им с программой учебного курса. Изучение каждой темы следует начинать с внимательного ознакомления с набором вопросов. Они ориентируют студента, показывают, что он должен знать по данной теме. Вопросы темы как бы накладываются на соответствующую главу избранного учебника или учебного пособия. В итоге должно быть ясным, какие вопросы темы программы учебного курса и с какой глубиной раскрыты в данном учебном материале, а какие вообще опущены.

Любой научный предмет, также как и данная дисциплина, имеет свой категориально-понятийный аппарат. Научные понятия – это та база, на которой «стоит» каждая наука. Понятия – узловые, опорные пункты как научного, так и учебного познания, логические ступени движения в учебе от простого к сложному, от явления к сущности. Без ясного понимания понятий учеба крайне затрудняется, а содержание приобретенных знаний становится тусклым, расплывчатым, напоминая недостроенное здание или еще того хуже: здание без фундамента. Понятие в узком понимании – это определение (дефиниция) того или иного факта, явления, предмета. Такие определения составляют 9А категориально-понятийный аппарат. Они, как правило, кратки по содержанию, схватывают суть дела.

Понятия в широком смысле есть обобщенная концептуальная характеристика определенного явления. Когда в заголовок темы вносится слово «понятие», то это первый признак того, что в данном случае речь идет не о дефиниции (определении), а о сжатой, обобщенной концептуальной характеристике изучаемого явления.

Нелишне иметь в виду и то, что каждый учебник или учебное пособие имеет свою логику построения, которая, естественно, не совпадает с логикой данной Программы учебного курса. Одни авторы более широко, а другие более узко рассматривают ту или иную проблему. Одни выделяют ее в отдельную главу, а другие, включают в состав главы. Учебник или учебное пособие целесообразно изучать последовательно, главу за главой, как это сделано в них. При этом, обращаясь к Программе учебного курса, следует постоянно отмечать, какие ее вопросы (пусть в иной логической последовательности) рассмотрены в данной главе учебника, учебного пособия, а какие опущены. По завершении работы над учебником у Вас должна быть ясность в том, какие темы, вопросы Программы учебного курса Вы уже изучили, а какие предстоит изучить по другим источникам.

Методические указания по ведению конспектов лекций и работе с ними

Конспект- это краткое последовательное изложение содержания статьи, книги, лекции. 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.

Конспектирование лекции – важный шаг в запоминании материала, поэтому конспект лекций необходимо иметь каждому студенту. Задача обучающегося на лекции – одновременно слушать преподавателя, анализировать и конспектировать информацию. При этом как свидетельствует практика, не нужно стремиться вести дословную запись. Таким образом, лекцию преподавателя можно конспектировать, при этом важно не только внимательно слушать лектора, но и выделять наиболее важную информацию и сокращенно записывать ее. При этом одно и то же содержание фиксируется в сознании четыре раза: во-первых, при самом слушании; во-вторых, когда выделяется главная мысль; в-третьих, когда подыскивается обобщающая фраза, и, наконец, при записи. Материал запоминается более полно, точно и прочно.

Хороший конспект – залог четких ответов на занятиях, хорошего выполнения устных опросов, самостоятельных и контрольных работ. Значимость конспектирования на лекционных занятиях несомненна. Проверено, что составление эффективного конспекта лекций может сократить в четыре раза время, необходимое для полного восстановления нужной информации. Для экономии времени, перед каждой лекцией необходимо внимательно прочитать материал предыдущей лекции, внести исправления, выделить важные аспекты изучаемого материала

Конспект помогает не только лучше усваивать материал на лекции, он оказывается незаменим при подготовке экзамену. Следовательно, студенту в дальнейшем важно уметь оформить конспект так, чтобы важные моменты культурологической идеи были выделены графически, а главную информацию следует выделять в самостоятельные абзацы, фиксируя ее более крупными буквами или цветными маркерами. Конспект должен иметь поля для записок. Это могут быть библиографические ссылки и, наконец, собственные комментарии.

Проработка лекционного курса является одной из важных активных форм самостоятельной работы. Лекция преподавателя представляет плод его индивидуального творчества. Он читает свой авторский курс со своей логикой и со своими теоретическими и методическими подходами. Это делает лекционный курс конкретного преподавателя интересным индивидуально-личностным событием. Кроме того, в своих лекциях преподаватель стремится преодолеть многие недостатки, присущие опубликованным учебникам, учебным пособиям, лекционным курсам. В лекциях находят освещение сложные вопросы Федерального образовательного стандарта, которые вызывают затруднения у студентов.

Сетка часов, отведенная для лекционного курса, не позволяет реализовать в лекциях всей учебной программы. Исходя из этого, каждый лектор создает свою тематику лекций, которую в устной или письменной форме представляет студентам при первой встрече. В создании своего авторского лекционного курса преподаватель руководствуется двумя

документами – Федеральным государственным образовательным стандартом и Учебной программой. Кафедра не допускает стандартизации лекционных курсов. Именно поэтому в учебно-методическом пособии отсутствует подробный план лекционного курса, а дана лишь его тематика, носящая для лекторов рекомендательный характер.

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.

Методические указания по подготовке к практическим занятиям

Целью практических занятий является углубление и закрепление теоретических знаний, полученных обучающимися на лекциях и в процессе самостоятельного изучения учебного материала, а, следовательно, формирование у них определенных умений и навыков.

В ходе подготовки к практическому занятию необходимо прочитать конспект лекции, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, выполнить выданные преподавателем практические задания. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы. Желательно при подготовке к практическим занятиям по дисциплине одновременно использовать несколько источников, раскрывающих заданные вопросы.

Работа над литературой, состоит из трёх этапов – чтения работы, её конспектирования, заключительного обобщения сути изучаемой работы. Прежде, чем браться за конспектирование, скажем, статьи, следует её хотя бы однажды прочитать, чтобы составить о ней предварительное мнение, постараться выделить основную мысль или несколько базовых точек, опираясь на которые можно будет в дальнейшем работать с текстом. Конспектирование – дело очень тонкое и трудоёмкое, в общем виде может быть определено как фиксация основных положений и отличительных черт рассматриваемого труда вкупе с творческой переработкой идей, в нём содержащихся. Конспектирование – один из эффективных способов усвоения письменного текста. Достоинством заключительного обобщения как самостоятельного этапа работы с текстом является то, что здесь читатель, будучи автором обобщений, отделяет себя от статьи, что является гарантией независимости читателя от текста.

Методические указания по выполнению практических заданий

Ответы на вопросы проблемного характера

В процессе выполнения практических заданий, которые предполагают подготовку ответа на вопрос проблемного характера, мотивирующего студента к размышлению по поводу определенной проблемы или содержат требование прокомментировать высказывание того или иного мыслителя, следует придерживаться следующего алгоритма работы:

- 1) Необходимо определить ключевую проблему, содержащуюся в вопросе, и сформулировать ее суть;
- 2) Раскрыть свое понимание (интерпретацию высказанной идеи);
- 3) Обосновать и аргументировать собственную точку зрения по данному вопросу.

Выполнение подобных дидактических задач, содержащих определенную проблемную ситуацию, требующую непосредственного разрешения, активизирует процесс мышления, побуждая к аналитической деятельности, к мобилизации знаний, умения размышлять. Вхождение в процесс поиска решения придает вновь приобретаемому знанию личностный смысл и значение, способствует переводу из мировоззренческого плана восприятия в сферу формирования внутренних убеждений и активизации принципа деятельностного отношения к действительности.

Методические указания по организации самостоятельной работы обучающегося

Для индивидуализации образовательного процесса самостоятельную работу (СР) можно разделить на базовую и дополнительную.

Базовая СР обеспечивает подготовку обучающегося к текущим аудиторным занятиям и контрольным мероприятиям для всех дисциплин учебного плана. Результаты этой подготовки проявляются в активности обучающегося на занятиях и в качестве выполненных контрольных работ, тестовых заданий, сделанных докладов и других форм текущего контроля. Базовая СР может включать следующие формы работ: изучение лекционного материала, предусматривающие проработку конспекта лекций и учебной литературы; поиск (подбор) и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса; выполнение домашнего задания или домашней контрольной работы, выдаваемых на практических занятиях; изучение материала,

вынесенного на самостоятельное изучение; подготовка к практическим занятиям; подготовка к контрольной работе или коллоквиуму; подготовка к зачету, аттестациям; написание реферата (эссе) по заданной проблеме.

Дополнительная СР направлена на углубление и закрепление знаний обучающегося, развитие аналитических навыков по проблематике учебной дисциплины. К ней относятся: подготовка к экзамену; выполнение курсовой работы или проекта; исследовательская работа и участие в научных студенческих конференциях, семинарах и олимпиадах; анализ научной публикации по заранее определенной преподавателем теме; анализ статистических и фактических материалов по заданной теме, проведение расчетов, составление схем и моделей на основе статистических материалов и др.

В учебном процессе выделяют два вида самостоятельной работы: аудиторная и внеаудиторная. Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданиям. Основными формами самостоятельной работы обучающегося с участием преподавателей являются: текущие консультации; коллоквиум как форма контроля освоения теоретического содержания дисциплин; прием и разбор домашних заданий (в часы практических занятий) и др.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется обучающимся по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия. Основными формами самостоятельной работы обучающихся без участия преподавателей являются: формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.); написание рефератов, эссе; подготовка к практическим занятиям (подготовка сообщений, докладов, заданий); составление аннотированного списка статей из соответствующих журналов по отраслям знаний (педагогических, психологических, методических и др.); углубленный анализ научно-методической литературы (подготовка рецензий, аннотаций на статью, пособие и др.); выполнение заданий по сбору материала во время практики; овладение студентами конкретных учебных модулей, вынесенных на самостоятельное изучение; подбор материала, который может быть использован для написания рефератов, курсовых и квалификационных работ; подготовка презентаций; составление глоссария, кроссворда по конкретной теме; подготовка к занятиям, проводимым с использованием активных форм обучения (круглые столы, диспуты, деловые игры); анализ деловых ситуаций (мини-кейсов). Границы между этими видами работ относительно, а сами виды самостоятельной работы пересекаются.

Методические указания по подготовке к устному опросу

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

Тема и вопросы к семинарским 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, блиц-опросу студенту необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме семинара, в учебнике или другой рекомендованной литературе, записях с лекционного занятия, 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 семинарскому занятию занимает от 2 до 4 часов в зависимости от сложности темы и особенностей организации студентом своей самостоятельной работы.

Методические указания по подготовке к круглому столу

Круглый стол (дискуссия, полемика, диспут, дебаты) – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Круглый стол – это один из наиболее эффективных способов для обсуждения острых, сложных и актуальных на текущий момент вопросов в любой профессиональной сфере, обмене опытом и творческих инициатив. Идея круглых столов заключается во встрече единомышленников, стремящихся найти общее решение по конкретному вопросу в формате заданной тематики, а также возможности для всех желающих вступить в научную дискуссию по интересующим вопросам. Такая форма общения позволяет лучше усвоить материал, найти необходимые решения в процессе эффективного диалога. Обсуждение проблем, обмен мнениями, ценным опытом, налаживание тесных контактов, поиск дополнительных возможностей и дискуссия придает круглому столу особую динамичность и насыщенность.

Дискуссионные вопросы для проведения круглого стола должны удовлетворять следующим требованиям:

Содержательные критерии	Процедурные и ценностные критерии
1. Установление и идентификация проблем	1. Обеспечение откликов и реакция на заявления участников
2. Использование базовых знаний	2. Соответствие открыто и справедливо принятым правилам
3. Установление фактов и определений, отделение фактов от мнений (аргументированность)	3. Толерантность участников, отсутствие проявления враждебности и личных нападок
4. Логичность и использование причинно-следственных связей.	4. Приглашение других лиц для участия в обсуждении (представителей разных групп, позиций, социальных слоев)
5. Поддержка утверждений объяснением, причинами (иллюстрация мыслей)	5. Признание ценности общего взаимодействия и сотрудничества при решении конфликтов
6. Подведение итогов по пунктам согласия и	6. Вовлечение максимального числа участников в

разногласиям	обсуждение
7. Разнообразие использованных аргументов и позиций по обсуждаемому вопросу	7. Соблюдение временных рамок как в обсуждении в целом, так и в выступлениях участников в частности

Методические указания по подготовке к тестированию

Как и любая другая форма подготовки к контролю знаний, тестирование имеет ряд особенностей, знание которых помогает успешно выполнить тест.

- Прежде всего, следует внимательно изучить структуру теста, оценить объем времени, выделяемого на данный тест, увидеть, какого типа задания в нем содержатся. Это поможет настроиться на работу.

- Лучше начинать отвечать на те вопросы, в правильности решения которых нет сомнений, пока не останавливаясь на тех, которые могут вызвать долгие раздумья. Это позволит успокоиться и сосредоточиться на выполнении более трудных вопросов.

- Очень важно всегда внимательно читать задания до конца, не пытаясь понять условия «по первым словам» или выполнив подобные задания в предыдущих тестированиях. Такая спешка нередко приводит к досадным ошибкам в самых легких вопросах.

- Если вы не знаете ответа на вопрос или не уверены в правильности, следует пропустить его и отметить, чтобы потом к нему вернуться.

- Лучше думать только о текущем задании. Как правило, задания в тестах не связаны друг с другом непосредственно, поэтому необходимо концентрироваться на данном вопросе и находить решения, подходящие именно к нему. Кроме того, выполнение этой рекомендации даст еще один психологический эффект – позволит забыть о неудаче в ответе на предыдущий вопрос, если таковая имела место.

- Многие задания можно быстрее решить, если не искать сразу правильный вариант ответа, а последовательно исключать те, которые явно не подходят. Метод исключения позволяет в итоге сконцентрировать внимание на одном-двух вероятных вариантах.

- Рассчитывать выполнение заданий нужно всегда так, чтобы осталось время на проверку и доработку (примерно 1/3-1/4 запланированного времени). Тогда вероятность описок сводится к нулю и имеется время, чтобы набрать максимум баллов на легких заданиях и сосредоточиться на решении более трудных, которые вначале пришлось пропустить.

- Процесс угадывания правильных ответов желательно свести к минимуму, так как это чревато тем, что студент забудет о главном: умении использовать имеющиеся накопленные в учебном процессе знания, и будет надеяться на удачу. Если уверенности в правильности ответа нет, но интуитивно появляется предпочтение, то психологи рекомендуют доверять интуиции, которая считается проявлением глубинных знаний и опыта, находящихся на уровне подсознания.

- При подготовке к тесту или даже экзамену не следует просто заучивать раздел учебника, необходимо понять логику изложенного материала. Этому немало способствует составление развернутого плана, таблиц, схем, внимательное изучение исторических карт. Большую помощь оказывают разнообразные опубликованные сборники тестов, Интернет-тренажеры, позволяющие, во-первых, закрепить знания, во-вторых, приобрести соответствующие психологические навыки саморегуляции и самоконтроля. Именно такие навыки не только повышают эффективность подготовки, позволяют более успешно вести себя во время экзамена, но и вообще способствуют развитию навыков мыслительной работы.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Требования к материально-техническому обеспечению дисциплины

Для проведения занятий лекционного и семинарского типа используются аудитории, оборудованные мультимедийными средствами обучения: экраном, проектором, ноутбуком (при отсутствии экрана, ноутбука и проектора – учебная доска).

Для проведения промежуточной аттестации по дисциплине используются аудитория, оснащенная учебной мебелью, экраном, ноутбуком и проектор (при отсутствии экрана, ноутбука и проектора – учебная доска).

Для самостоятельной работы обучающихся используется аудитория, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Для практической подготовки обучающихся используются аудитория, оснащенная учебной мебелью, экраном, ноутбуком и проектор (при отсутствии экрана, ноутбука и проектора – учебная доска).

Использование интернет-ресурсов предполагает проведение занятий в компьютерных классах с выходом в Интернет. В компьютерных классах обучающиеся имеют доступ к информационным ресурсам, к базе данных библиотеки (электронно-библиотечная система– <http://www.iprbookshop.ru> / <https://urait.ru>).

10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ЛИЦАМИ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (тьютора), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

– присутствие тьютора, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

– письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,

– специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),

– индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,

– при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

– присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

– обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

– обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:

– письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются тьютору;

– по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ) ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО
КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
по дисциплине «Психология имиджа»**

1. Показатели и критерии оценки результатов освоения дисциплины

Результаты обучения (код и наименование)	Показатель оценивания	Критерии оценивания	Процедуры оценивания
Знать основы психологии имиджа	Трактовка основ психологии имиджа	Правильность трактовки основ психологии имиджа	Устный опрос зачет
Уметь проводить работу с персоналом организации с целью отбора кадров и формирования имиджа сотрудников и организации	задания, направленные на оценку умения проводить работу с персоналом организации с целью отбора кадров и формирования имиджа сотрудников и организации	Правильность и полнота выполнения заданий, направленных на оценку умения проводить работу с персоналом организации с целью отбора кадров и формирования имиджа сотрудников и организации	Практическое задание тестирование зачет
уметь подбирать и реализовывать психологические технологии, ориентированные на личностный рост сотрудников организации посредством выстраивания благоприятного имиджа	задания, направленные на оценку умения подбирать и реализовывать психологические технологии, ориентированные на личностный рост сотрудников организации посредством выстраивания благоприятного имиджа	Правильность и полнота выполнения заданий, направленных на оценку умения подбирать и реализовывать психологические технологии, ориентированные на личностный рост сотрудников организации посредством выстраивания благоприятного имиджа	Практическое задание тестирование зачет
владеть навыками работы с персоналом организации с целью создания имиджа организации, способствующего оптимизации производственного процесса	Практические задания на применение навыков работы с персоналом организации с целью создания имиджа организации, способствующего оптимизации производственного процесса	Правильность и полнота выполнения практических заданий на применение навыков работы с персоналом организации с целью создания имиджа организации, способствующего оптимизации производственного процесса	Практическое задание зачет
владеть навыками подбора и реализации психологических технологий, ориентированных на охрану психологического здоровья индивидов и групп	Практические задания на владение навыками подбора и реализации психологических технологий, ориентированных на охрану психологического здоровья индивидов и групп	Правильность и полнота выполнения практических заданий на владение навыками подбора и реализации психологических технологий, ориентированных на охрану психологического здоровья индивидов и групп	Практическое задание зачет
Промежуточная аттестация			зачет

2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания

2.1. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания в рамках текущего контроля успеваемости

Процедура оценивания происходит с использованием тестирования, оценки практических заданий, уровня подготовки студента при ответе на устном опросе.

Все виды текущего контроля осуществляются на занятиях семинарского типа.

Методическое описание подготовки и проведения тестирования

Не менее, чем за неделю до тестирования, преподаватель определяет обучающимся исходные данные для подготовки к тестированию: разделы (темы, вопросы), по которым будут задания в тестовой форме, литературу и источники (с точным указанием разделов, тем, статей) для подготовки.

Тесты выполняются во время аудиторных занятий (практических).

Количество вопросов в тестовом задании определяется преподавателем.

На выполнение тестов отводится 0,5-1 академический час.

Индивидуальное тестовое задание выдается обучающемуся на бумажном носителе. Также тестирование может проводиться с использованием компьютерных средств и программ в специально оборудованных помещениях.

При прохождении тестирования пользоваться конспектами лекций, учебниками не разрешено.

Примеры тестовых заданий, а также критерии и шкала оценки приведены в п.3. Фонда оценочных средств.

Методическое описание подготовки и проведения устного опроса

Устные опросы проводятся преподавателем во время аудиторных занятий (лекционных или практических).

Основные вопросы для устного опроса доводятся до сведения студентов на предыдущем занятии.

Количество вопросов определяется преподавателем.

Время проведения опроса от 10 минут до 1 академического часа.

Устные опросы необходимо строить так, чтобы вовлечь в тему обсуждения максимальное количество обучающихся в группе, проводить параллели с уже пройденным учебным материалом данной дисциплины и смежными курсами, находить удачные примеры из современной действительности, что увеличивает эффективность усвоения материала на ассоциациях.

Перечень вопросов для проведения устных опросов, а также критерии и шкала оценки приведены в п.3. Фонда оценочных средств.

Методическое описание подготовки и проведения практических заданий

Преподаватель заранее подготавливает весь информационный комплекс, готовит бланки с практическими заданиями. Время решения практических заданий указано в самом бланке. Студенты самостоятельно изучают и прорабатывают теоретический и справочный материал по теме. Практические задания на усмотрение преподавателя могут быть предложены для решения как индивидуально, так и подгруппе студентов (до 3 человек).

Содержание практических заданий, а также критерии и шкала оценки приведены в п.3. Фонда оценочных средств.

2.2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания в рамках промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация - зачет

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Зачет выставляется по результатам текущего контроля успеваемости.

По очной форме обучения зачет выставляется после последнего занятия семинарского типа в триместре.

По заочной форме обучения зачет выставляется в специально отведенное расписанием сессии время. При этом во время зачета преподаватель проверяет выполненные студентами задания, а также задает дополнительные и уточняющие вопросы. На аттестацию каждого студента отводится 0,3 академических часа (около 14 минут).

3. Типовые контрольные задания

Типовые задания для текущего контроля успеваемости

3.1. Типовые тесты

1. Для классического стиля одежды характерны ...

- приталенный силуэт,
- спокойные цвета декоративные детали,
- сложность покроя яркие цвета,
- свободный силуэт

2. Установите соответствие между описанием и типом дресс-кода

A. официальная вечерняя одежда, для мужчин — смокинг, для женщин — платье для коктейля или длинное вечернее платье

B. официальная торжественная вечерняя одежда, для мужчин — фрак, для женщин — вечернее платье «в пол», перчатки, туфли на каблуках и маленькая вечерняя сумочка

C. нарядная вечерняя одежда, для мужчин — тёмный нарядный костюм, для женщин — лучший деловой костюм или коктейльное платье

- D. White tie
- E. Black tie
- F. Cocktail

3. Фасцинация — это...

- проявление симпатии к человеку и желание с ним общаться впечатление о человеке на основе его внешнего вида, одежды, прически, макияжа

- специально организованное вербальное воздействие на поведение человека с целью формирования доверия и повышения эффективности воздействия информации

4. ... форма лица считается идеальной для моделирования любых причесок.

- круглая
- Овальная
- Прямоугольная
- Треугольная

5. Индивидуальный имидж – это ...

- *устойчивый, эмоционально окрашенный, целенаправленно или стихийно формируемый у общественности образ человека

- *упрощенный, схематизированный, эмоционально окрашенный, устойчивый образ какой-либо социальной группы или общности, с легкостью распространяемый на всех ее представителей

- *совокупность всех представлений индивида о себе, сопряженная с его отношением к себе или к отдельным своим качествам

6. Мягкие ткани, кардиганы с шалевым воротником, юбки с запахом и брюки на кулиске без пояса используются для коррекции фигуры типа ...

- «прямоугольник»
- «треугольник
- «круг» 7
- . Деловая одежда в первую очередь должна быть ...
- яркой и стильной
- дорогой и модной
- строгой и элегантной
- 8. Техника формирования имиджа, заключающаяся в выделении в образе тех характеристик, которые наиболее ценит общественность, – это ...
- 9. В классическом стиле неприемлем такой элемент одежды, как...
 - галстук
 - джинсы
 - платье-футляр
- 10. Атракция — это...
 - проявления симпатии к человеку и желание с ним общаться
 - специально организованное вербальное воздействие на поведение человека с целью формирования доверия и повышения эффективности воздействия информации
 - поведение человека, связанное с тактильной системой восприятия
- 11. Индивидуальная деятельность по созданию собственного имиджа – это ...
- 12. Формирование «Я-концепции» — это...
 - совокупность всех представлений индивида о себе,
 - его отношение к себе или к отдельным своим качествам как положительным, так и отрицательным
 - конструирование индивидуального стиля в одежде
 - создание гармоничного визуального образа
- 13. Специалисты по имиджу и стилю считают идеальным типом фигуры у женщин.
 - «прямоугольник»
 - «овал»
 - «песочные часы»
- 14. Социальный стереотип восприятия – это ...
 - *индивидуальный облик, создаваемый средствами массовой информации, социальной группой или собственными усилиями личности в целях привлечения к себе внимания
 - *общественная оценка, сложившееся мнение о достоинствах или недостатках кого-либо
 - *упрощенный, схематизированный, эмоционально окрашенный, устойчивый образ какой-либо социальной группы, распространяемый на всех ее представителей
- 15. Установите соответствие между прическами и типами лица
 - A. любые прически
 - B. прическа с объемом на макушке, с прямой или косой челкой или длинные прямые волосы до плеч
 - C. прически с объемом по бокам, длинная густая челка до бровей
 - D. прически с асимметричной формой или волнистыми прядями вокруг лица, с дополнительным объемом на макушке
 - E. прямоугольное лицо
 - F. овальное лицо
 - G. квадратное лицо
 - H. круглое лицо
- 16. Фейсбилдинг — это...
 - работа над выразительностью тела
 - коррекция лица с помощью правильно подобранных прически и макияжа
 - подбор одежды и аксессуаров
- 17. В одном наряде рекомендуется сочетать не более ... цветов
 - трех
 - четырех
 - двух
- 18. В романтическом стиле неприемлем такой элемент одежды или аксессуар, как...
 - сумочка, вышитая бисером
 - солнцезащитные очки
 - кроссовки
 - платье с цветочным принтом
- 19. Функция межличностной адаптации, согласно В.М. Шепелю, заключается в том, что эффективный имидж позволяет человеку...
 - продемонстрировать лучшие качества
 - налаживать контакты с людьми разного возраста
 - приспосабливаться к общению в конкретной группе
- 20. Совокупность всех представлений индивида о себе, сопряженную с его отношением к себе или к отдельным своим качествам, Р. Бернс определяет как...
 - «Я-концепция»
 - «Я-реальное»
 - «Я-идеальное»
- 21. Психотерапевтическая функция имиджа, согласно В.М. Шепелю, заключается в том, что эффективный имидж позволяет человеку...
 - продемонстрировать себя с лучшей стороны
 - привлекать к себе внимание
 - приобрести уверенность в себе

22. При коррекции ... лица при наложении макияжа слегка затемняют подбородок, углы лба и выступающие части скул.
- треугольного
 - круглого
 - овального
23. При коррекции ... лица на боковые поверхности наносят темные тона, а центральная часть высветляется.
- круглого
 - треугольного
 - овального
24. Принцип гармоничности образа, по мнению Е.В. Змановской, предполагает соответствие пропорций, силуэта, цветовой гаммы наряда и макияжа ...
- особенностям человека
 - классическому стилю
 - модным тенденциям
25. Дресс-код ... используется во время президентских, королевских приемов, вручения высоких международных и государственных наград.
- White tie
 - Business best
 - Business trip
26. Принцип многообразия коммуникативного воздействия, согласно В.М. Шепелю, предполагает использование в процессе самопрезентации различных ...
- стилей речи
 - стилей одежды
 - вербальных и невербальных средств общения
27. «Песочные часы» — это фигура ...
- с узкой талией,
 - одинаковым объемом груди и бедер
 - приблизительно с одинаковым объемом талии, груди и бедер и плавной линией тела
 - с плечами и бюстом шире бедер
28. Эффект ... проявляется в искажающем влиянии эмоционально значимой информации в процессе восприятия другого человека.
- первичности
 - ореола
 - бумеранга
29. Установите соответствие между определениями и терминами
- A. устойчивый, упрощенный образ члена определенной социальной группы
- B. мнение о человеке, сложившееся в обществе
- C. устойчивый, эмоционально окрашенный, целенаправленно или стихийно формируемый у общественности образ человека
- D. представление человека о том, как его воспринимают другие люди
- E. «Я-зеркальное»
- F. репутация
- G. стереотип
- H. индивидуальный имидж
30. Правила психологического воздействия на людей для формирования у них определенного мнения в отношении какого-либо объекта А.Ю. Панасюк называет...
- Психотехнологиями имиджирования
 - универсальным имиджем позиционированием
31. При круглом типе лица стилисты рекомендуют ...
- прическу с объемом на макушке
 - прямой пробор
 - стрижку типа каре
32. Дресс-код – это ...
- *установленный порядок поведения где-либо
 - *система норм нравственного поведения людей и наука о морали
 - *совокупность общепринятых правил, традиций и условностей, соблюдаемых правительствами, ведомствами иностранных дел, дипломатическими представительствами в международном общении
 - *свод правил о том, как следует выглядеть человеку в определенной ситуации
33. При наложении макияжа слегка затемняют подбородок, углы лба и выступающие части скул при коррекции ... лица
- круглого
 - треугольного
 - овального
34. Принцип гармонии визуального образа, согласно В.М. Шепелю, предполагает соответствие пропорций, силуэта, цветовой гаммы наряда и макияжа ...
- особенностям внешности человека
 - классическому стилю
 - модным тенденциям
35. Индивидуальный имидж — это ...
- совокупность всех представлений индивида о себе, сопряженная с его отношением к себе или к отдельным своим качествам

- упрощенный, схематизированный, эмоционально окрашенный, устойчивый образ какой-либо социальной группы или общности, с легкостью распространяемый на всех ее представителей целенаправленно или стихийно формируемый у общности
- устойчивый, эмоционально окрашенный образ человека
- 36. На боковые поверхности лица наносят темные тона, а центральная часть высветляется при коррекции ... лица
- треугольного
- круглого
- овального
- 37. Установите соответствие между определениями и терминами
- A. система норм нравственного поведения людей и наука о морали
- B. установленный порядок поведения где-либо
- C. совокупность общепринятых правил, традиций и условностей, соблюдаемых правительствами, ведомствами иностранных дел, дипломатическими представительствами в международном общении
- D. свод правил о том, как следует выглядеть человеку в определенной ситуации
- E. дресс-код
- F. протокол
- G. этикет
- H. этика
- 38. Понятие «имидж» в деловой и научный оборот ввел ...
- Ф. Джефкинз
- В.М. Шепель
- К. Болдуинг
- А.Ю. Панасюк
- 39. Индивидуальный имидж – это ...
- упрощенный, схематизированный, эмоционально окрашенный, устойчивый образ какой-либо социальной группы или общности, с легкостью распространяемый на всех ее представителей
- устойчивый, эмоционально окрашенный, целенаправленно или стихийно формируемый у общности образ человека
- совокупность всех представлений индивида о себе, сопряженная с его отношением к себе или к отдельным своим качествам
- 40. Дресс-код ... предписывает женщинам надеть лучший синий, серый или бежевый костюм, белую блузку, прозрачные чулки телесного цвета, туфли черного цвета или цвета костюма на невысоком каблук.
- Formal
- Business Best
- Business traditional
- 41. Дресс-код ... предписывает мужчинам надеть фрак с белой сорочкой и белым галстуком-бабочкой, белый жилет, лаковые туфли и карманные часы.
- White tie
- Business Best
- Formal
- 42. Стратегия универсального имиджа предполагает создание имиджа на основе общественных идеалов и ...
- 43. Имиджелогия – это ...
- индивидуальная деятельность по созданию собственного имиджа
- наука, изучающая проблемы формирования и функционирования имиджа
- свод правил о том, как следует человеку выглядеть в определенной ситуации
- профессиональная деятельность по созданию имиджа, обладающего заданными свойствами
- 44. Установите соответствие между определениями и типами индивидуального имиджа
- A. речевой образ
- B. визуальный образ
- C. образ человека, формирующийся при восприятии его взгляда, мимики жестов, типичных движений
- D. представление о человеке, сформированное при восприятии его социальной среды: кабинета, квартиры, автомобиля
- E. образ, сложившийся при восприятии продуктов профессиональной и творческой деятельности человека, предметов и вещей, которые он создал
- F. кинетический
- G. габитарный
- H. вербальный
- I. средовой
- J. овеществленный
- 45. Вербальным элементом имиджа является ...
- одежда
- письменная речь
- почерк
- 46. Формирование «Я-концепции» – это ...
- самопознание и развитие позитивного отношения к себе и окружающему миру
- конструирование индивидуального стиля в одежде
- создание гармоничного визуального образа
- 47. Для предпринимателей, менеджеров, взаимодействующих с различными группами общности, при создании делового имиджа целесообразно использовать стратегию ...
- «креативного взрыва»
- формирования целевого имиджа
- создания универсального имиджа

48. Стратегия «креативный взрыв» предполагает создание имиджа на основе разрушения ...
49. Тремя показателями при определении цветотипа человека являются
- подтон кожи, волосы, глаза
 - зубы, подтон кожи, рост
 - волосы, глаза, зубы
50. Такой элемент имиджа, как кинесика, включает в себя...
- тембр голоса, силу удара, высоту голоса
 - распределение пауз, покашливание, смех
 - жесты, мимику, походку, позы, контакт глазами
51. Паралингвистика — это раздел языкознания, изучающий ...
- ритмико-интонационные стороны речи
 - неязыковые средства общения
 - телесные проявления человека во время речи
 - запахи косметики и тела
52. Формирование «Я-концепции» способствует...
- формированию завышенной самооценки
 - конструированию индивидуального стиля в одежде
 - повышению уверенности в себе
53. Выбор человеком стиля деловой одежды диктуется ...
- сферой занятости
 - настроением
 - личными предпочтениями
54. Вербальным элементом имиджа является...
- мимика
 - одежда
 - устная речь
55. Человек становится визуально стройнее благодаря такой коррекционной технике, как ...
- яркий, крупный рисунок в одежде
 - светлые цвета в костюме
 - вертикальные линии в одежде
56. Стратегия формирования целевого имиджа предполагает создание имиджа с учетом ожиданий конкретных ...
- имиджмейкеров
 - социальных групп
 - людей
57. Формирование имиджа как обозначение конкурентных преимуществ объекта, чтобы сделать его привлекательным, используется в процессе ...
- Презентации
 - Самопрезентации
 - Мифологизации
 - Позиционирования
58. Такая техника формирования имиджа, как перенос авторитета и уважения с одного объекта на другой, чтобы сделать его положительным, используется в процессе ...
- мифологизации
 - самопрезентации
 - презентации
 - позиционирования
59. Для романтического стиля одежды характерны ...
- яркие цвета,
 - свободный силуэт
 - приталенный силуэт,
 - спокойные цвета
 - декоративные детали,
 - сложность покроя
60. Дресс-код ... допускает присутствие трикотажных изделий в деловом наряде мужчины или женщины.
- Business traditional
 - Business best
 - Business casual
61. Формирование делового имиджа следует начинать с ...
- выбора стратегии
 - формулирования имиджевых целей
 - создания имидж-портрета
62. Профессиональная деятельность по созданию имиджа, обладающего заданными свойствами, и преобразованию существующего для достижения поставленных целей, — это ...
63. Дресс-код ... используется во время официальных переговоров высокого уровня, деловых презентаций, конференций.
- Business casual
 - Business best
 - Business after
64. Для спортивного стиля одежды характерны ...
- декоративные детали,
 - сложность покроя
 - приталенный силуэт,

- спокойные цвета
- яркие цвета,
- свободный силуэт

65. Выбор стиля деловой одежды диктуется не только личными предпочтениями, но и правилами ...

Критерии и шкала оценки прохождения теста

Количество правильных ответов:

Менее 52% - «неудовлетворительно»

53-70% – «удовлетворительно»

71-85% – «хорошо»

86-100% – «отлично»

3.2. Перечень типовых практических заданий

Задание 1. «Плагиат»

Возьмите лист бумаги и составьте список знакомых вам людей, привлекающих ваше внимание чем-то особенным.

Это могут быть особенности внешности, речи, манера поведения, походка. Это могут быть какие-то личностные качества, умения и навыки, которыми вы хотели бы обладать.

Напротив имени каждого человека выпишите 3-4 таких качества и подумайте, что из этого набора вы могли бы позаимствовать и что пошло бы на пользу вашему собственному имиджу.

Создайте список таких качеств, для начала не больше 5, и начните развивать их, внося изменения либо в свой внешний имидж, либо трансформируя его внутреннюю, психологическую составляющую.

Задание 2. Антиплагиат

Задание похоже на предыдущее. Только теперь вам нужно представить тех людей из вашего окружения, которые вам чем-то неприятны или тех, на кого вы не хотели бы походить (если таковых нет, то можно использовать образы героев из книг или кинофильмов).

Внимательно проанализируйте внутренний и внешний имидж этих людей и выпишите те личностные качества и особенности поведения, которыми вы бы не хотели обладать.

Теперь задайте себе вопрос: «Есть ли у меня одно или несколько качеств из этого списка или хотя бы еле заметные их проявления? Как и в каких ситуациях они обнаруживаются? Что я могу сделать, чтобы избавиться от этих качеств?».

Если вы нашли у себя такие качества и отрицательные проявления, то начинайте работу по их устранению, в противном случае они будут очень мешать вашему имиджу, а то и незаметно формировать негативный.

Задание 3. Создание своего образа

Данное задание направлено на создание целостного имиджевого образа. Для этого нужно воспользоваться нижеследующей таблицей. В ней в качестве примера показана работа с уверенностью в себе.

<i>1. Основные характеристики личного имиджа</i>	<i>2. Для кого создается?</i>	<i>3. Как это должно выглядеть?</i>	<i>4. Как это сделать?</i>
1. Уверенность в себе.	Клиенты, подчиненные	Уверенный внешний вид, прямой, доброжелательный взгляд, уверенная походка и сильный голос.	а) чаще применять Упражнение 1. б) руководствоваться рекомендациями, данными в статье «Как побороть страх и неуверенность в себе» в) принять участие в тренинге уверенности в себе.
...			
И т.д.			

В **графе 1** выписываются основные характеристики вашего имиджа, в том числе и те, что вы определили с помощью упражнения 2. Сюда включаются как характеристики внешности, особенности походки, речи, поведения, так и черты внутреннего имиджа – положительные качества и особенности, которыми вы хотели бы обладать и которые привлекают значимое для вас окружение.

В **графе 2** перечисляются представители целевой аудитории, т.е. те, на кого преимущественно должен быть ориентирован ваш имидж. Это могут быть клиенты, сотрудники, коллеги, подчиненные, друзья и т.п.

В **графе 3** детально прописывается то, как должен выглядеть тот или иной элемент имиджа.

В **графе 4** указываются инструменты и способы, помогающие создать и поддерживать успешный имидж делового человека.

Задание 4.

В состоянии психологического стресса человек дышит поверхностно и, как правило, в учащенном ритме («еле дышит от страха»). Такое дыхание усиливает тревогу и приводит к дополнительному напряжению, к появлению

психических и мускульных зажимов. Поэтому при подготовке к публичному выступлению целесообразно проделать дыхательные упражнения.

Подберите упражнения по выведению из аудиторного шока (сценического, ораторского страха).

Задание 5

Разработайте план работы с персоналом организации с целью создания имиджа организации.

Задание 6.

Разработайте проект по созданию имиджа организации (на примере любой организации или учреждения).

Задание 7.

Разработайте программу тренинга «Формирование речевого и визуального имиджа».

Задание 5.

Определите свой «любимый» стиль при помощи таблицы, заполняя которую представьте свое обычное поведение в конфликтных ситуациях за последние несколько лет. Проранжируйте стратегии по четырем указанным категориям. Для этого поставьте цифры от 1 до 5 в каждой колонке. Где 1 означает, что стиль занимает первое место (ранг), цифра 5 – последнее.

Стиль разрешения конфликта	Использую чаще всего	Владею лучше всего	Приносит наилучшие результаты	Чувствую себя при использовании наиболее комфортно
Настойчивость (Я активно отстаиваю собственную позицию)				
Уход (Я стараюсь уклониться от участия в конфликте)				
Приспособление (Я стараюсь во всем уступать, идти на встречу партнеру)				
Компромисс (Я ищу решение, основанное на взаимных уступках)				
Сотрудничество (Я стараюсь найти решение, максимально удовлетворяющее интересы обеих сторон)				

Задание 8. «Пословицы и поговорки».

Из списка пословиц и поговорок выделить 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 дорожке будет», «По одежде судят о положении человека», «По платью видят, кто таков идет», «Лучше меньше, чем больше», «Лучше без, чем неумело» и другие.

Ответы поясните. Можно приводить примеры из собственной жизни о роли имиджа.

Задание 9.

В парах обсудите каждый из компонентов имиджа и определите его содержание. При работе опирайтесь на жизненный опыт и самостоятельное изучение материала. Озвучивание.

Задание 10.

Составить план развития имиджа делового человека (учителя, социального педагога, психолога). Работа выполняется в микрогруппах; это может быть коллаж, стихотворение, песня и т.п.

Представление своих работ, защита.

Задание 11.

Опишите и сравните черты харизматических личностей в истории XX века: М. Тэтчер, И. Ганди и др.

Задание 12.

Охарактеризуйте вербальный, визуальный, и поведенческий каналы создания имиджа, заполнив таблицу.

Подготовьте презентацию.

№ п/п	каналы создания имиджа	Характеристика каналов
1	вербальный	
2	визуальный	
3	поведенческий	

Задание 13

Подготовить доклад по одному из предложенных вопросов к круглому столу «Проблема соответствия имиджа и социального статуса личности»:

1. Понятие VIP-клиент. Основные принципы работы психолога с VIP-клиентами.
2. Работа психолога с VIP по подготовке к адекватному поведению и восприятию себя как статусного человека.
3. Основные стратегии создания имиджа лидера.

Задание 14.

Выделите особенности работы с персоналом организации с целью создания имиджа организации, способствующего оптимизации производственного процесса. Составьте сводную таблицу.

Критерии и шкала оценки решения практического задания

Оценка	Критерии
Отлично	<i>Отлично</i> ставится, если содержание работы/ответа полностью соответствует заданию. Обучающийся, демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умение свободно выполнять практическое задание. Полно освещает заданную тему, её актуальность и новизну. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов. Обучающийся продемонстрировал в полном объеме необходимые знания и умения; умение пользоваться нормативной, справочной и специальной литературой; обоснованность результатов и выводов, оригинальность идеи; способность представлять результаты исследования в творческой форме; обоснование возможности практического использования полученных данных. Продемонстрирован личный вклад обучающегося в работу. Оформление работы в целом отвечает установленным требованиям.
Хорошо	<i>Хорошо</i> ставится, если содержание работы/ответа достаточно полностью соответствует заданию. Обучающийся демонстрирует знание учебного материала, умение успешно выполнить задание, усвоение основной литературы, рекомендованной в программе. Материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены две-три несущественные ошибки (или оговорки), исправленные по требованию преподавателя. Научная терминология используется достаточно, отражена новизна полученных данных, выводы достаточно обоснованы. Достаточно продемонстрирован личный вклад обучающегося в работу. Оформление работы отвечает установленным требованиям.
Удовлетворительно	При <i>удовлетворительном</i> ответе содержание работы/ответа недостаточно полностью соответствует заданию. Задание выполнено частично. Обучающийся демонстрирует недостаточное освещение заданной темы, допущены погрешности и неточности, допускает одну существенную ошибку, но обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя. Научная терминология используется недостаточно, выводы не обоснованы. Личный вклад обучающегося в работу недостаточен. Оформление работы не полностью отвечает установленным требованиям.
Неудовлетворительно	При <i>неудовлетворительном</i> ответе содержание работы/ответа не соответствует заданию. В работе продемонстрирован низкий уровень знаний и умений, наблюдаются значительные неточности в использовании научной терминологии, нет выводов, ограничен объем содержания выполненного задания. Оформление работы не отвечает установленным требованиям.

3.3. Примерный перечень типовых вопросов к устному опросу

1. Методологические основы психологии имиджа, ее связь с другими науками.
2. Предмет и объект психологии имиджа.
3. Основные трактовки понятия «имидж». Понятие имиджа в социальной психологии.
4. Имидж в системе индивидуального поведения и социального влияния.
5. Имидж как символическая структура.
6. Структура имиджа.
7. Типы имиджа.
8. Значение персонального имиджа для современного человека.
9. Психологические закономерности создания имиджа.
10. Каналы построения имиджа.
11. Психологические механизмы создания имиджа.
12. Понятие индивидуального имиджа и его функции.
13. Факторы, влияющие на восприятие индивидуального имиджа.
14. Понятие группового имиджа и его свойства.
15. Понятие корпоративного имиджа и его основные функции. Имидж фирмы и его атрибуты.
16. Корпоративная культура как основа единства имиджа организации (внешнего и внутреннего имиджа).
17. Основные компоненты корпоративной культуры организации, их характеристика.
18. Психологические требования к корпоративной символике.
19. Соотношение самооценки и социальной оценки в создании имиджа личности.
20. Основные противоречия в определении имиджа личности.
21. Проблема соответствия индивидуального имиджа и социального статуса личности.
22. Основные характеристики имиджа лидера.
23. Психологическая помощь личности в создании и коррекции собственного имиджа.
24. Самопрезентация и имидж бизнесмена.

25. Работа психолога с VIP по подготовке к адекватному поведению и восприятию себя как статусного человека.
26. Телефонный имидж.
27. Вербальные и невербальные средства самопрезентации.
28. Факторы и закономерности формирования первого впечатления.

Критерии и шкала оценки ответа при устном опросе

Оценка	Критерии
Отлично	<i>Отлично</i> ставится, если обучающийся демонстрирует глубокое, полное раскрытие вопросов. Выдвигаемые им положения аргументированы и иллюстрированы примерами. В освещении содержания вопроса используется аналитический подход, обосновывается своя точка зрения; делаются содержательные выводы. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов; ответ самостоятельный.
Хорошо	<i>Хорошо</i> ставится, если обучающийся демонстрирует достаточно полный и правильный ответ; выдвигаемые теоретические положения подтверждены примерами; в ответе представлены различные подходы к рассматриваемой проблеме, но их обоснование не аргументировано, отсутствует собственная точка зрения; сделаны краткие выводы; материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены две-три несущественные ошибки (или оговорки), исправленные по требованию преподавателя.
Удовлетворительно	При <i>удовлетворительном</i> ответе обучающийся допускает одну существенную ошибку; ответ недостаточно логически выстроен; базовые понятия употреблены правильно, но обнаруживается недостаток раскрытия теории; выдвигаемые положения недостаточно аргументированы и не подтверждены примерами; ответ носит преимущественно описательный, а не концептуальный характер; научная терминология используется недостаточно.
Неудовлетворительно	При <i>неудовлетворительном</i> ответе обучающийся допускает ряд существенных ошибок, которые он не может исправить при наводящих вопросах преподавателя; не может дать научное обоснование проблемы; выводы отсутствуют или носят поверхностный характер; преобладает бытовая лексика; наблюдаются значительные неточности в использовании научной терминологии.

Типовые задания для промежуточной аттестации

3.4. Контрольные вопросы к устному опросу

1. Методологические основы психологии имиджа, ее связь с другими науками.
 2. Предмет и объект психологии имиджа.
 3. Основные трактовки понятия «имидж». Понятие имиджа в социальной психологии.
 4. Имидж в системе индивидуального поведения и социального влияния.
 5. Имидж как символическая структура.
 6. Структура имиджа.
 7. Типы имиджа.
 8. Значение персонального имиджа для современного человека.
 9. Психологические закономерности создания имиджа.
 10. Каналы построения имиджа.
 11. Психологические механизмы создания имиджа.
 12. Понятие индивидуального имиджа и его функции.
 13. Факторы, влияющие на восприятие индивидуального имиджа.
 14. Понятие группового имиджа и его свойства.
 15. Понятие корпоративного имиджа и его основные функции. Имидж фирмы и его атрибуты.
 16. Корпоративная культура как основа единства имиджа организации (внешнего и внутреннего имиджа).
 17. Основные компоненты корпоративной культуры организации, их характеристика.
 18. Психологические требования к корпоративной символике.
 19. Соотношение самооценки и социальной оценки в создании имиджа личности.
 20. Основные противоречия в определении имиджа личности.
 21. Проблема соответствия индивидуального имиджа и социального статуса личности.
 22. Основные характеристики имиджа лидера.
 23. Психологическая помощь личности в создании и коррекции собственного имиджа.
 24. Самопрезентация и имидж бизнесмена.
 25. Работа психолога с VIP по подготовке к адекватному поведению и восприятию себя как статусного человека.
 26. Телефонный имидж.
 27. Вербальные и невербальные средства самопрезентации.
 28. Факторы и закономерности формирования первого впечатления.
 29. Подбор и реализация психологических технологий, ориентированные на личностный рост сотрудников организации посредством выстраивания благоприятного имиджа.

30. Особенности работы с персоналом организации с целью создания имиджа организации, способствующего оптимизации производственного процесса

Критерии и шкала оценки промежуточной аттестации - зачета

Оценка «зачтено» ставится, если студент получил оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и/или «зачтено» за 80% и более семинаров и практических работ.

Оценка «не зачтено» ставится, если студент получил оценки «неудовлетворительно» и/или «зачтено» за менее чем 80% семинаров и практических работ