

Министерство образования и науки РФ
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СОГЛАСОВАНО

Зав. ОСПО

 Н.С. Зайцева

«18» октября 2017 г.

Торгово-экономический институт

Отделение среднего профессионального образования

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

По дисциплине ОП.10 Имиджелогия

Специальность 43.02.01 «Организация обслуживания в общественном питании»

Красноярск
2017

Имиджелогия: фонд оценочных средств

Разработан в соответствии с ПВД ФОС-2017 Университета, ФГОС СПО и учебным планом специальности 19.02.10 «Технология продукции общественного питания»

Разработчики



О.С. Веремеенко

1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы, описание показателей и критериев оценивания компетенций

Курс	Семестр	Код и содержание компетенции	Результаты обучения (компоненты компетенции)	Оценочные средства
2	4	ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес;	<i>Знать:</i> - актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; - основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; - роль имиджа в современном бизнесе, профессиональной деятельности, в повседневной жизни.	Собеседование, устный опрос Темы докладов Темы рефератов
			<i>Уметь:</i> - описывать значимость своей специальности; - видеть перспективу своего личностного развития; - определять требования к имиджевым характеристикам работника сферы сервиса;	Темы индивидуальных проектов Тесты текущего контроля знаний
			<i>Владеть:</i> - методиками определения типа имиджа и его базовых моделей;	Экзаменационные билеты
		ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	<i>Знать:</i> - алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; - методы работы в профессиональной и смежных сферах; - структуру плана для решения задач; - порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности; - правила и этапы управления имиджем;	Собеседование, устный опрос Темы докладов Темы рефератов Темы индивидуальных проектов
			<i>Уметь:</i> - конструировать персональный и публичный имиджи;	Темы индивидуальных проектов
			<i>Владеть:</i> - навыками конструирования имиджа профессионала и управления им;	Тесты текущего контроля знаний

			- приемами самопознания, самоконтроля, самооценки, саморегуляции и саморазвития;	Экзаменационные билеты
	ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	<i>Знать:</i> – виды управленческих решений и методы их принятия;		Собеседование, устный опрос
		<i>Уметь:</i> - распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи;	Темы докладов Темы рефератов	
		<i>Владеть:</i> - владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; - реализовать составленный план; - оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)	Темы индивидуальных проектов Тесты текущего контроля знаний Экзаменационные билеты	
	ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	<i>Знать:</i> - номенклатуру информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации; - возможные траектории профессионального развития и самообразования		Собеседование, устный опрос Темы докладов Темы рефератов
		<i>Уметь:</i> выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составить план действия; определить необходимые ресурсы; - применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования		Темы индивидуальных проектов Тесты текущего контроля знаний Экзаменационные билеты
		<i>Владеть:</i> - приемами самодиагностики.		

		<p>ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p>	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; основы проектной деятельности; - основные закономерности и правила вербального и невербального общения; <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности; - практически применять технологии эффективной коммуникации в процессе общения; - использовать приемы эффективного слушания; <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - приемами, способствующими достижению высокой эффективности при взаимодействии с другими людьми. 	<p>Собеседование, устный опрос</p> <p>Темы докладов</p> <p>Темы рефератов</p> <p>Темы индивидуальных проектов</p> <p>Тесты текущего контроля знаний</p> <p>Экзаменационные билеты</p>
		<p>ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.</p>	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - процесс и методику принятия и реализации управленческих решений; - стили управления, коммуникации, деловое и управленческое общение; - социально-психологические механизмы формирования имиджа; <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - применять в профессиональной деятельности методы, средства и приемы делового и управленческого общения; <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - приемами, способствующими достижению высокой эффективности при взаимодействии с другими людьми. 	<p>Собеседование, устный опрос</p> <p>Темы докладов</p> <p>Темы рефератов</p> <p>Темы индивидуальных проектов</p> <p>Тесты текущего контроля знаний</p> <p>Экзаменационные билеты</p>

		<p>ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p>	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - понятие, этапы формирования, структуру Я-концепции; - скрытые процессы, связанные с управлением имиджем; - социально- и индивидуально-психологическую характеристику личности, ее темперамента, способностей, характера и т.д.; <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать тактику формирования имиджа личности; анализировать имидж отдельных индивидов; - производить оценку и тестирование личностных имиджевых характеристик; - составлять программу коррекции и конструирования имиджа; - использовать медитационные упражнения для повышения уровня самооценки; - проводить первичную социально-психологическую диагностику; - выделять и диагностировать социально-психологические качества личности; - разрабатывать тактику формирования габитарного имиджа личности; <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - методиками исследования самооценки; - приемами самодиагностики; приемами самовоспитания личности, видеть перспективу своего личностного и профессионального развития; 	<p>Собеседование, устный опрос</p> <p>Темы докладов</p> <p>Темы рефератов</p> <p>Темы индивидуальных проектов</p> <p>Тесты текущего контроля знаний</p> <p>Экзаменационные билеты</p>
		<p>ПК 1.4 <i>Участвовать в оценке эффективности деятельности организации</i></p>	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - типологию и базовые модели корпоративного имиджа; - правила и этапы управления имиджем организации; - составляющие внутреннего и внешнего корпоративного имиджа, способы их построения; <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - оценивать деятельность предприятия с точки зрения соответствия его репутации требованиям корпоративной культуры; 	<p>Собеседование, устный опрос</p> <p>Темы докладов</p> <p>Темы рефератов</p> <p>Темы индивидуальных</p>

			<p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - приемами сохранения и защиты позитивного имиджа организации; 	<p>проектов</p> <p>Тесты текущего контроля знаний</p> <p>Экзаменационные билеты</p>
		<p>ПК 2.6 Разрабатывать и представлять предложения по повышению качества обслуживания.</p>	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - понятие корпоративной культуры и философии; - факторы, способствующие формированию корпоративных отношений; 	<p>Собеседование, устный опрос</p> <p>Темы докладов</p> <p>Темы рефератов</p> <p>Темы индивидуальных проектов</p> <p>Тесты текущего контроля знаний</p> <p>Экзаменационные билеты</p>
	<p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать рекомендации и предложения для изменения имиджа организации общественного питания; - определять профиль организации; - разрабатывать тактику формирования имиджа организации общественного питания; 			
	<p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - методами диагностики отдельных характеристик фирмы в целях проектирования имиджа организации общественного питания; 			

2 МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, ВЛАДЕНИЙ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЙ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Заслушивание докладов и выступлений на семинарских занятиях

Функция контроля за содержательностью, глубиной и систематичностью самостоятельной работы студентов по подготовке докладов и выступлений на семинаре раскрывает сильные и слабые стороны в постижении студентами вопросов имиджологии задолго до зачета, что дает преподавателю возможность систематически анализировать и оценивать как уровень работы группы в целом, так и каждого студента в отдельности и соответствующим образом реагировать на негативные стороны в освоении дисциплины.

Доклад понимается как пространная (от 5 стандартных страниц печатного текста) работа на основе первоисточников и литературы, предназначенная для заслушивания на семинаре. Доклад представляется в устной форме в ходе семинара, может сопровождаться мультимедийными презентациями. Доклад является дополнительным по отношению к лекциям и учебным пособиям источником информации для слушателей, он не может основываться исключительно на лекционном материале или на учебниках. Тематика докладов и выступлений определяется рабочей программой дисциплины и предоставляется преподавателем заблаговременно. Темы для докладов, предлагаемые в методических пособиях, не являются единственно возможными. Студент вправе представить преподавателю собственный вариант тематики, связанной с изучаемым материалом.

Подготовка к семинарским занятиям строится на самостоятельной работе студентов с учебником, учебными пособиями, материалами хрестоматий и первоисточниками.

Требования к выступлениям студентов на семинарском занятии

Одним из условий, обеспечивающих успех семинарских занятий, является совокупность определенных конкретных требований к выступлениям, докладам, рефератам студентов. Эти требования должны быть достаточно четкими и в то же время не настолько регламентированными, чтобы сковывать творческую мысль, насаждать схематизм.

Перечень требований к любому выступлению студента примерно таков:

1. Связь выступления с предшествующей темой или вопросом.
2. Раскрытие сущности проблемы.
3. Методологическое значение для научной, профессиональной и практической деятельности.

Разумеется, студент не обязан строго придерживаться такого порядка изложения, но все аспекты вопроса должны быть освещены, что обеспечит выступлению необходимую полноту и завершенность.

Важнейшие требования к выступлениям студентов - самостоятельность в подборе фактического материала и аналитическом отношении к нему, умение рассматривать примеры и факты во взаимосвязи и взаимообусловленности, отбирать наиболее существенные из них.

Приводимые участником семинара примеры и факты должны быть существенными, по возможности перекликаться с профилем обучения и в то же время не быть слишком специализированными. Примеры из области наук, близких к будущей специальности студента, из сферы познания, обучения поощряются руководителем семинара.

Выступление студента должно соответствовать требованиям логики. Четкое вычленение излагаемой проблемы, ее точная формулировка, неукоснительная последовательность аргументации именно данной проблемы, без неоправданных отступлений от нее в процессе обоснования, безусловная доказательность, непротиворечивость и полнота аргументации, правильное и содержательное использование понятий и терминов.

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

Критерии оценивания:

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

Оценка **«отлично»** ставится, если:

1) студент полно излагает материал, дает правильное определение основных понятий;

2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные;

3) излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.

«хорошо» – студент дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для отметки «5», но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.

«удовлетворительно» – студент обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но:

1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил;

2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры;

3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.

Оценка **«неудовлетворительно»** ставится, если студент обнаруживает незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Оценка «2» отмечает такие недостатки в подготовке, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.

Примерный перечень тем докладов к семинарским (практическим) занятиям:

Мужская одежда и аксессуары

1. Формирование индивидуального стиля в одежде. Выбор стиля одежды для мужчин. Костюм – самая важная часть мужского гардероба. Виды костюма. Основные детали костюма: плечи, лацканы, пуговицы, рисунок, карманы, подкладка, швы. Галстук.
2. Стиль casual для мужчин.
3. Одежда для занятий спортом.
4. Домашняя одежда для мужчин.
5. Аксессуары. Обувь. Парфюмерия. Украшения.
6. Уход за одеждой.

Женская одежда и аксессуары

1. Базовый гардероб для женщины.
2. Деловая женская одежда.
3. Вечернее платье и обувь к нему.
4. Домашняя женская одежда.
5. Женская обувь.
6. Гардероб для полной женщины. Методы коррекции фигуры с помощью одежды.
7. Возраст и выбор одежды.

Специфика вербальных средств коммуникации в профессиональной деятельности

1. Техника выражения мыслей.
2. Причины, затрудняющие передачу информации.
3. Понятие и содержание речевого этикета. Терапия слова.
4. Словесная подстройка к деловому партнёру.
5. Словесные диаграммы и речевые конструкторы.
6. Текст, его создание и этапы речевого действия.

2.2 Оценивание мультимедийной презентации

Мультимедийная презентация – это специальные учебные мультимедийные материалы, созданные с помощью компьютерной программы Power Point, сочетающие различные виды наглядности – текстовую, визуальную и аудитивную.

Критерии оценки мультимедийной презентации:

Оформление:

- титульный слайд (название вуза, название отделения, тема, Ф.И.О. автора, город и год создания);
- минимальное количество – 10 слайдов;
- использование дополнительных эффектов PowerPoint (смена слайдов, звук, графики);
- библиография;

- использование эффектов анимации;
- вставка графиков и таблиц;
- выводы, обоснованные с научной точки зрения, основанные на данных;
- грамотное создание и сохранение документов в папке рабочих материалов;
- графики, импортированные из Excel;

Организация:

- текст хорошо написан и сформированные идеи ясно изложены и структурированы;
- слайды представлены в логической последовательности;
- эстетика оформления презентации;

Содержание:

- содержание соответствует заявленной теме;
- в презентации отсутствуют исторические неточности и ошибки;
- прослеживается причинно-следственная связь, хронологическая последовательность описываемых событий.

2.3 Оценка письменной работы в форме реферата

2.3.1 Требования к форме представления информации в реферате

Объем реферата не должен превышать 16 листов с одинарным интервалом, набранным 14 шрифтом. Работа выполняется на листах формата А 4. На титульном листе указывается: название вуза, кафедры (подразделения); название темы реферата; данные о студенте (фамилия, инициалы, группа) и о преподавателе, проверяющем реферат (академические звания, фамилия, инициалы); место и год издания (например, Красноярск, 2017).

Обязательным требованием является наличие в работе плана (в соответствии с которым работа разбивается на разделы и параграфы), списка использованной литературы (с указанием фамилии и инициалов автора (-ов), названия работы, места и года издания).

По теме реферата студенты выступают на семинарских занятиях и теоретических конференциях. Реферат защищается студентом либо на семинарском занятии, либо на зачете.

При написании работы следует соблюдать библиографические нормы. Если в работе приводятся цитаты или ссылки на какого-либо автора, то на работу данного автора делается ссылка, в которой указываются фамилия, инициалы автора, название работы, место и год издания. Например, Шепель В.М. Имиджелогия: учебное пособие /В.М. Шепель. М.: Народное образование, 2002. 254 с.

При цитировании необходимо соблюдать определенные правила. Во-первых, текст цитаты заключается в кавычки и приводится в той лингвистической форме, в какой он дан в первоисточнике. Во-вторых, цитирование должно быть полным, без произвольного сокращения. Исключение составляют объемные цитаты, с повторением основной мысли, в этом случае допускается пропуск слов, предложений, изъятие

которых из цитаты не искажает ее смысл, лишь делает ее более компактной. На месте пропущенной информации ставится многоточие.

При оценке рефератов учитывается:

- ✓ последовательность и полнота изложения;
- ✓ правильность обоснования тех или иных положений на основе обобщения фактического материала;
- ✓ степень самостоятельности студентов в процессе работы над рефератом и др.

2.3.2 Критерии оценки реферата

Оценка реферата производится по 9-ти бальной шкале в соответствии со следующими критериями:

Таблица 1 – Критерии оценки реферата

№ п/п	Критерии оценки реферата	Оценка в баллах (макс.)
1.	Соразмерность плана реферата содержанию темы. Обоснование актуальности темы и ее философско-методологической значимости. Четкая постановка целей и задач исследования.	2
2.	Научно-теоретический уровень проведенного исследования. Полнота раскрытия темы и глубина ее философско-методологического осмысления. Уровень философских знаний и использования категориального аппарата современной философии. Логика изложения.	3
3.	Наличие исследовательской компоненты в анализе рассматриваемой проблемы, самостоятельный и творческий характер работы. Связь с собственными научными и профессиональными интересами.	2
4.	Качество источников, использованных при написании реферата, степень их использования и соответствия заявленной теме.	1
5.	Выполнение требований к объему и оформлению реферата как научного текста (язык и культура изложения, стилистическая однородность, правильность оформления ссылок и реферата в целом)	1

Если студент набрал менее 3-х баллов – реферат не зачитывается.

2.3.3 Примерные темы рефератов

1. Формирование представлений об имидже в культуре второй половины XX в.
2. Основные понятия имиджологии. Имиджмейкинг, имиджбилдинг.
3. Проблема соотношения имиджмейкинга и PR в разработке и поддержании имиджа: теоретический и прикладной аспекты.
4. Структура имиджа. Структурный подход к формированию имиджа.
5. Типология имиджей.
6. Функции персонального имиджа.
7. Функции имиджа организации.
8. Анализ имиджа конкретного исторического лица (власть, политика, искусство).
9. Генезис деятельности по формированию имиджа. Анализ имиджа социально-исторического типа (фараон, свободный гражданин, монах, рыцарь, буржуа и т.п.).

10. Эстетический аспект имиджа. Специфика эстетического компонента в имиджевом решении.
11. Психологический аспект персонального имиджа. Условия и предпосылки формирования эффективного персонального имиджа.
12. Профессиональные требования к имиджу (для конкретной профессии).
13. Природные предпосылки формирования персонального имиджа.
14. Имидж делового человека. Проблемы формирования и поддержания персонального имиджа в бизнес-среде.
15. Проблема соотношения имиджевых и этикетных требований в бизнес-сфере.
16. Роль корпоративной культуры в формировании имиджа фирмы.
17. Визуальное, вербальное, событийное, контекстное измерения имиджа.
18. Инструментарий имиджелогии. Типология средств создания имиджа. Условия и границы их применения и т.п.
19. Мифологизация как инструмент формирования имиджа (политика, шоу-бизнес, брендинг).
20. Роль стереотипов в создании и восприятии имиджа.
21. Проблема визуализации имиджа.
22. Роль цвета в создании имиджа. (пример: роль цвета в создании имиджа ювелирной компании; компании McDonald's, известные футбольные команды)
23. Роль жестов и мимики в построении и восприятии имиджа.
24. Роль репутации в формировании имиджа.
25. Проблема оценки составляющих корпоративного имиджа.
26. Соотношение корпоративной философии и корпоративного имиджа: теоретический и прикладной аспекты.
27. Бизнес-имидж организации.
28. Образ российского бизнеса: пути становления и проблемы.
29. Роль PR в формировании позитивного корпоративного имиджа.
30. Имидж политика: теоретические проблемы, методы анализа.
31. Соотношение общего и индивидуального в имидже политического лидера.
32. Имидж в публичной политике. Трансляция методов создания имиджа политика из смежных сфер (бизнес, шоу-бизнес и т.п.). (см. примеры: Эрнесто Че Гевара)
33. Роль аудитории (обратной связи с аудиторией) в формировании (управлении) имиджа.
34. Проблемы создания и восприятия имиджа в шоу-бизнесе. Специфика имиджа в шоу-бизнесе. (см. примеры: Сергей Шнуров; группа "Тату" и т.д.)
35. Имидж и мода. Имидж лидеров моды на разных исторических этапах.
36. Корпоративный имидж: сущность, функции, структура, стратегия формирования.
37. Социальный имидж организации: анализ конкретного примера.
38. Социокультурные составляющие имиджа современного российского города (архитектура, история, символика, реклама, организация пространства, экология и т.п.).
39. Имидж специализированного издания (медиасобытия).
40. Сайт как средство формирования (управления) имиджа.

41. Фирменный стиль как средство создания визуального имиджа организации.

42. Пути и методы оптимизации текущего имиджа.

2.4 Темы индивидуальных проектов

Индивидуальный проект - конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся. Рекомендуются для оценки знаний, умений и владений студентов в предметной или межпредметной областях.

Тема индивидуального проекта: Корпоративный имидж организации общественного питания (на примере организации общественного питания г. Красноярск) Разработка рекомендаций по его совершенствованию.

Выполнение индивидуального проекта осуществляется в соответствии со следующим примерным планом:

1. Теоретические аспекты имиджа организации.
 - 1.1 Корпоративный имидж как научное понятие;
 - 1.2 Функции корпоративного имиджа;
 - 1.3 Типологии корпоративного имиджа;
 - 1.4 Корпоративная культура как элемент корпоративного имиджа;
 - 1.5 Механизмы формирования корпоративного имиджа.
2. Анализ корпоративного имиджа (название организации общественного питания)
 - 2.1 Внешняя атрибутика (название организации, фирменный стиль, эмблема, символика, место расположения и пр.);
 - 2.2 история организации, традиции;
 - 2.3 финансовое положение;
 - 2.4 образ продукции, качество деятельности;
 - 2.5 имидж руководителя и его команды;
 - 2.6 имидж персонала, корпоративная культура;
 - 2.7 деловые коммуникации, особенности управления организацией;
 - 2.8 стоимость товара или услуг (сравнительные данные в динамике);
 - 2.9 паблисити, рекламная известность;
 - 2.10 дизайн офисных помещений, продукции.
3. Рекомендации по совершенствованию корпоративного имиджа исследуемой организации.

7. К ценностным функциям имиджа относятся (выберите несколько вариантов ответа):

- А. лично возвышающая
- Б. высвечивания лучших лично-деловых качеств
- В. затенения негативных личноных характеристик
- Г. комфортация межличноных отношений
- Д. преодоления возрастных рубежей
- Е. психотерапевтическая

8. Суть _____ функции в том, что личность, благодаря осознанию своей индивидуальной незаурядности и повышенной коммуникабельности, обретает устойчивое мажорное настроение и уверенность в себе

- А. лично возвышающей
- Б. комфортация межличноных отношений
- В. межличноной адаптации
- Г. психотерапевтической

9. Суть функции _____ в том, что обаяние людей объективно приносит в их общение симпатии и доброжелательность, а потому нравственную меру терпимости и такта

- А. лично возвышающей
- Б. комфортация межличноных отношений
- В. межличноной адаптации
- Г. психотерапевтической

10. ... - имидж, свойственный нашему представлению о себе

- А. зеркальный
- Б. желаемый
- В. корпоративный
- Г. множественный
- Д. отрицательный

11. ... - имидж, создаваемый оппонентом, соперником, врагом

- А. множественный
- Б. отрицательный
- В. корпоративный
- Г. зеркальный
- Д. желаемый

12. Подход в классификации имиджа, при котором имидж классифицируется по видам деятельности (имидж политика, врача, бизнесмена, педагога и т.д.):

- А. функциональный подход
- Б. контекстный подход
- В. сопоставительный подход

13. ... – это имидж, отображающий внешний вид человека

- А. габитарный имидж
- Б. овеществленный имидж
- В. вербальный имидж
- Г. кинетический имидж
- Д. средовый

14. ... – устные и письменные коммуникационные действия человека (речь, письма и т.д.)

- А. вербальный имидж
- Б. кинетический имидж
- В. средовый
- Г. габитарный имидж
- Д. овеществленный имидж

15. ... – имидж, созданный человеком в искусственной среде его обитания (кабинет, дом, автомобиль и т.д.)

- А. вербальный имидж
- Б. кинетический имидж
- В. средовый
- Г. габитарный имидж
- Д. овеществленный имидж

16. Перечислите основные отрасли имиджологии

2 ВАРИАНТ

1. *Первыми с понятием «имидж» стали работать:*
А. культурологи
Б. экономисты
В. политики
Г. психологи
2. *В России серьезное начало развитию профессиональных знаний по имиджологии положил _____*
А. Шепель В.
Б. Павлов И.
В. Мережковский Д.
Г. Вернадский И
3. *Ввел в деловой оборот понятие «имидж» и обосновал его полезность для делового преуспевания _____*
А. австрийский врач психиатр Зигмунд Фрейд
Б. русский философ Владимир Соловьев
В. мыслитель эпохи Возрождения Николо Макиавелли
Г. американский экономист Кеннет Болдинг
4. *... - люди как носители мнения о конкретном объекте (человеке, товаре, услуге, организации и т.д.), и о котором они потом могут сообщать другим*
А. реципиенты имиджа
Б. прообраз имиджа
В. имиджформирующая информация
5. *... - информация, на основе которой сложилось у будущих носителей имиджа мнение о прототипе имиджа*
А. реципиенты имиджа
Б. прообраз имиджа
В. имиджформирующая информация
6. *К технологическим функциям имиджа относятся (выберите несколько вариантов ответа):*
А. личносно возвышающая
Б. высвечивания лучших личносно-деловых качеств
В. затенения негативных личносных характеристик
Г. комфортизация межличносных отношений
Д. преодоления возрастных рубежей
Е. психотерапевтическая
7. *Функция имиджа, позволяющая посредством макияжа, дизайна одежды, аксессуаров, причёски и т.д. можно отвлечь людей от тех недостатков, которыми обладает человек:*
А. межличносной адаптации
Б. высвечивания лучших личносно-деловых качеств
В. затенения негативных личносных характеристик
Г. личносно возвышающая
8. *Суть функции _____ в том, что благоприятный имидж даёт возможность зрительно представить наиболее привлекательные качества человека, позволяя соприкасающимся с ним людям познавать именно эти черты, вызывающие симпатию или доброе расположение*
А. межличносной адаптации

- Б. высвечивания лучших личностно-деловых качеств
- В. затенения негативных личностных характеристик
- Г. личносно возвышающая

9. ... - тип имиджа, отражающий то, к чему мы стремимся

- А. корпоративный
- В. отрицательный
- Д. желаемый
- Б. множественный
- Г. зеркальный

10. ... - имидж организации в целом, а не каких-то отдельных подразделений (репутация организации и т. д.)

- А. множественный
- Г. зеркальный
- Б. отрицательный
- Д. желаемый
- В. корпоративный

11. ... – это представление о конкретном человеке, сложившееся в сознании многих людей после первичного знакомства с ним

- А. идеальный имидж
- Б. первичный имидж
- В. вторичный имидж

12. ... – предметы, которые создал данный человек

- А. вербальный имидж
- Г. габитарный имидж
- Б. кинетический имидж
- Д. овеществленный имидж
- В. средовый

13. ... - жестикуляция, типичные движение, положение тела в пространстве

- А. вербальный имидж
- Г. габитарный имидж
- Б. кинетический имидж
- Д. овеществленный имидж
- В. средовый

14. ... - определяется тем, насколько он соответствует характеру, требованиям выполняемой работы, образу организации

- А. профессиональный имидж
- Б. индивидуальный имидж
- В. средовый
- Г. габитарный имидж
- Д. овеществленный имидж

15. ... – имидж, созданный человеком в искусственной среде его обитания (кабинет, дом, автомобиль и т.д.)

- А. вербальный имидж
- Б. кинетический имидж
- В. овеществленный имидж
- Г. габитарный имидж
- Д. средовый

16. Заполните таблицу:

Имиджелогия:	
Опирается на антропологические составляющие наук:	Интегрирует в себе разработки прикладных отраслей научного знания:
и т.д.	

2.6 Экзамен

Итоговой формой контроля знаний по дисциплине «Имиджелогия» является экзамен. Экзамен проводится в письменной форме. В структуру экзаменационного билета входит один теоретический вопрос и 34 тестовых задания.

Кроме того, наиболее успешные студенты, выполнившие все необходимые требования по дисциплине, имеющие положительные оценки по всем темам текущего контроля знаний, активно работающие на семинарах, на качественном уровне защитившие индивидуальный проект и не имеющие пропусков занятий, могут получить итоговую оценку автоматом в соответствии с рейтингом.

Таблица 3 – Критерии оценивания письменного ответа на теоретический вопрос:

Выставляемый балл	Освещение теоретических вопросов
«Отлично»	Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос; показана совокупность осознанных знаний об объекте изучения, доказательно раскрыты основные положения (свободно оперирует понятиями, терминами, персоналиями и др.); в ответе отслеживается четкая структура, выстроенная в логической последовательности; ответ изложен литературным грамотным языком; на возникшие вопросы преподавателя студент даёт четкие, конкретные ответы, показывая умение выделять существенные и несущественные моменты материала.
«Хорошо»	Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделять существенные и несущественные моменты материала; ответ четко структурирован, выстроен в логической последовательности, изложен литературным грамотным языком; однако были допущены неточности в определении понятий, персоналий, терминов, дат и др.
«Удовлетворительно»	Дан неполный ответ на поставленный вопрос, логика и последовательность изложения имеют некоторые нарушения, допущены несущественные ошибки в изложении теоретического материала и употреблении терминов, персоналий; в ответе не присутствуют доказательные выводы; сформированность умений показана слабо, речь неграмотная.
«Неудовлетворительно»	Дан неполный ответ на поставленный вопрос, логика и последовательность изложения имеют существенные нарушения, допущены существенные ошибки в теоретическом материале (фактах, понятиях, персоналиях); в ответе отсутствуют выводы, сформированность умений не показана, речь неграмотная.

Таблица 4 – Критерии оценивания студентов при проведении текущего контроля знаний в форме тестирования

Оценка			
Отлично	Хорошо	Удовл.	Неудовл.
100-90%	89-75%	74-60%	Менее 60%

Контрольные вопросы к экзамену

1. Имиджелогия как наука: истоки, история развития, предмет и объект исследования, отрасли.
2. Имидж: понятие, структура, функции. Типология имиджей.
3. Составные части имиджа.
4. Формирование индивидуального имиджа человека. Самопрезентация.
5. Я-концепция: понятие, структура, значение.
6. Темперамент и характер: понятие, типологии, роль в имиджировании.
7. Индивидуальные особенности строения лица. Тип лица и личность.
8. Моделирование и коррекция лица. Виды макияжа. Современные тенденции в макияже.
9. Индивидуальные особенности строения тела. Способы коррекции фигуры с помощью макияжа.
10. Прическа и внешность. Выбор оптимальной прически в зависимости от формы лица.
11. Цветотипы внешности и их признаки. Переходные и смешанные цветотипажи.
12. Рекомендации по выбору стиля, цветовой гаммы в одежде, аксессуаров, макияжа в зависимости от цветотипа.
13. Стилевые тенденции современной моды.
14. Мужская одежда и аксессуары.
15. Женская одежда и аксессуары.
16. Невербальный имидж: понятие, значение в процессе коммуникации.
17. Виды невербальной коммуникации и их характеристика.
18. Вербальный имидж. Требования, предъявляемые к речи носителя имиджа.
19. Умение слушать как средство коммуникации. Виды слушания.
20. Основы технологии формирования внешнего имиджа фирмы.
21. Основы технологии формирования внутреннего имиджа фирмы.
22. Корпоративная культура как элемент корпоративного имиджа.
23. Профессиональный имидж. Важнейшие показатели, принципы и технологии формирования профессионального имиджа.
24. Имидж телефонного общения.
25. Психологические, технические, административные правила общения в интернете.
26. Имидж семьи.
27. Этикет и его роль в формировании имиджа.

Пример экзаменационного билета

УТВЕРЖДАЮ
Зав. ОСПО Зайцева Н.С.

« _____ » _____ 20__ г.

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

Министерство
науки и высшего образования РФ
ФГАОУ ВО
«Сибирский федеральный
университет»

по дисциплине
специальность
институт

ОП.09 «Имиджелогия»
43.02.01 Организация обслуживания в ОП
ТЭИ ОСПО
курс 2

I. Имиджелогия как наука.

II. Тестирование.

- 1. В переводе с английского имидж это:**
 - А. след
 - Б. визуальный эффект
 - В. образ, изображение
- 2. В России серьезное начало развитию профессиональных знаний по имиджелогии положил _____**
 - А. Шепель В.
 - В. Мережковский Д.
 - Б. Павлов И.
 - Г. Вернадский И.
- 3. Перечислите основные отрасли имиджелогии**
- 4. ... - информация, на основе которой сложилось у будущих носителей имиджа мнение о прототипе имиджа**
 - А. реципиенты имиджа
 - В. имиджформирующая информация
 - Б. пробраз имиджа
- 5. Суть _____ функции в том, что личность, благодаря осознанию своей индивидуальной незаурядности и повышенной коммуникабельности, обретает устойчивое мажорное настроение и уверенность в себе**
 - А. личностно возвышающей
 - В. межличностной адаптации
 - Б. комфортизации межличностных отношений
 - Г. психотерапевтической
- 6. Суть функции _____ в том, что благоприятный имидж даёт возможность зрительно представить наиболее привлекательные качества человека, позволяя соприкасающимся с ним людям познавать именно эти черты, вызывающие симпатию или доброе расположение**
 - А. межличностной адаптации
 - В. затенения негативных личностных характеристик
 - Б. высвечивания лучших личностно-деловых качеств
 - Г. личностно возвышающая
- 7. ... - имидж, создаваемый оппонентом, соперником, врагом**
 - А. множественный
 - В. корпоративный
 - Д. желаемый
 - Б. отрицательный
 - Г. зеркальный
- 8. ... – это представление о конкретном человеке, сложившееся в сознании многих людей после первичного знакомства с ним**
 - А. идеальный имидж
 - Б. первичный имидж
 - В. вторичный имидж
- 9. ... – устные и письменные коммуникационные действия человека (речь, письма и т.д.)**
 - А. вербальный имидж
 - В. средовый
 - Д. овеществленный имидж
 - Б. кинетический имидж
 - Г. габитарный имидж
- 10. ... - определяется тем, насколько он соответствует характеру, требованиям выполняемой работы, образу организации**
 - А. профессиональный имидж
 - В. средовый
 - Д. овеществленный имидж
 - Б. индивидуальный имидж
 - Г. габитарный имидж
- 11. целостное представление человека о себе как о личности, биологическом организме, члене общества, работнике, профессионале и т.д.**
 - А. самопрезентация
 - В. Я-концепция
 - Б. коммуникация
 - Г. перцепция

12. ... - заключается в потенциальной поведенческой реакции, то есть конкретных действиях, которые могут быть вызваны образом Я и самооценкой

- А. когнитивная составляющая Я-концепции
- Б. эмоционально-оценочная составляющая Я-концепции
- В. поведенческая составляющая Я-концепции

13. Для цветотипов лето и зима типично преобладание _____ в пигментации кожи, глаз, волос.

- А. желто-красных тонов (теплых)
- Б. синих тонов (холодных)

14. Для того, чтобы удержать внимание слушателей, необходимо:

- А. читать по бумажке
- Б. смотреть в пространство
- В. говорить с опущенными глазами
- Г. поддерживать со слушателями визуальный контакт
- Д. демонстрировать свое превосходство
- Е. говорить монотонно

15. Определите цветотип внешности по следующим параметрам:

кожа	волосы	глаза
Светлая; почти прозрачная, с внутренней «подсветкой» желтовато-золотистого цвета Сравнение с персиком безошибочно. Щеки часто светятся розовато-персиковым отливом. Несмотря на кажущуюся чувствительность, кожа быстро загорает. Цвет загара золотистый или красноватый. Веснушки, если есть, золотистые.	Многие блондинки льняно-светлые, соломенно-светлые и светло-рыжие, нюансы достигают медового оттенка.	От голубого, бирюзового и зеленого до золотисто-карего, но обязательно светлые.

16. Приведите в соответствие вид слушания и его характеристику

- | | |
|-----------------|--|
| 1. Активное | а. слушание, при котором используется слуховой аппарат |
| 2. Пассивное | б. позволяет сопереживать те же чувства, которые переживает собеседник, понимать и разделять его эмоциональное состояние |
| 3. Эмпатическое | в. постоянное уточнение правильности понимания через уточняющие вопросы |
| 4. Игнорирующее | г. слушают, готовы поддержать собеседника; не задают вопросов, не дают советов успокоиться, реакции типа: "да-да; понимаю, ну конечно" |
| | д. пренебрежение к партнеру, не слушают, не обращают внимание; реакции типа "ерунда, глупости" |

17. "Закрытые" позы в общении:

- А. стоя: руки раскрыты ладонями вверх
- Б. стоя: руки скрещены на груди
- В. сидя: руки раскинуты, ноги вытянуты
- Г. стремление занять как можно меньше места в пространстве
- Д. расстегнутый пиджак
- Е. скрещенные ноги

18. Ориентация партнеров в момент общения и дистанция между ними определяется понятием:

- А. мимика
- Б. просодика и экстралингвистика
- В. проксемика
- Г. такесика
- Д. кинесика
- Е. визуальный контакт

19. Образцы невербальной коммуникации:

- А. учебник
- Б. письмо
- В. симфония
- Г. дорожный знак
- Д. монолог

20. Оптимальным расстоянием для дружеской беседы будет расстояние (м):

- А. 0,5 метра
- Б. 2,5 метра
- В. 3,3 метра
- Г. 7 метров

21. Дополните

... - зрительно воспринимаемые движения другого человека, выполняющие выразительно-регулятивную функцию в общении

22. Дополните

Ориентация партнеров в момент общения и дистанция между ними характеризуется понятием ...

23. *Определите психическое состояние человека, изображенного на данном рисунке*



- А. угнетенный человек
- Б. «задавака»
- В. "вспышка энергии"
- Г. озабоченный человек

24. *Определите, что означает данная поза*



- А. жест, говорящий о критической оценке ситуации
- Б. открытость
- В. защита

25. *Отличительными особенностями внешнего вида человека астенического типа являются:*

- А. худощавость
- Б. узкие плечи
- В. широкие плечи
- Г. тенденция к ожирению
- Д. плоская или впалая грудная клетка

26. *Тип телосложения, характеризующийся хорошо развитой мускулатурой, широкой грудной клеткой и узкими бедрами, называется ...*

- А. циклотимным
- Б. астеническим
- В. атлетическим
- Г. пикническим

27. *Тип личности, характеризующийся фиксацией внимания на своем внутреннем мире:*

- А. экстраверт
- Б. интроверт
- В. амбиверт
- Г. альтруист

28. *Типично для меланхолика:*

- А. настроение стабильное, ровное
- Б. невысокая трудоспособность
- В. несдержанность
- Г. очень впечатлителен
- Д. подвижность
- Е. замкнутость

29. *Дополните*

... - сильный тип темперамента, связанный с медлительностью, инертностью, устойчивостью в стремлениях и настроении, уравновешенностью, слабым внешним выражением эмоций

30. *Дополните*

... - сильный тип темперамента, характеризуется подвижностью, высокой психической активностью, разнообразием мимики, отзывчивостью и общительностью, уравновешенностью

31. *Чай или кофе. Нужна ли ложка в чашке?*

- А. обязательно нужна
- Б. не нужна
- В. нужна только, чтобы размешать сахар

32. *Ложка должна лежать ... от тарелки*

- А. справа
- Б. слева
- В. сверху

33. *Среди недопустимых элементов во внешнем облике делового мужчины выделите один допустимый:*

- А. несвежий носовой платок
- Б. короткие носки
- В. кольцо
- Г. серьга
- Д. жилет ручной вязки
- Е. цветовые контрасты в одежде

34. *Среди допустимых элементов внешнего облика деловой женщины выделите один нежелательный*

- А. брючный костюм
- Б. босоножки
- В. непокрытые лаком ногти
- Г. отсутствие макияжа
- Д. кейс
- Е. плащ
- Ж. блузка в полоску

