

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения текущей и промежуточной аттестации

по учебной дисциплине

«Имиджелогия»

для направления подготовки 47.03.01 Философия

Направленность программы Современная философия

1. Описание показателей (дескрипторов) и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Контроль качества освоения дисциплины включает в себя текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация обучающихся проводятся в целях установления соответствия достижений обучающихся поэтапным требованиям образовательной программы к результатам обучения и формирования компетенций.

	Показатели*	Критерии в соответствии с уровнем освоения ОП			Оценочное средство (промежуточная)
		пороговый (удовлетворительно) 55-69 баллов	стандартный (хорошо) 70-84 балла	эталонный (отлично) 85-100 баллов	
ОПК-9. Способен применять в сфере своей профессиональной деятельности категории и принципы этики, эстетики, философии религии	Знать	1) основные категории этики; 2) основные понятия имиджологии	1) терминологическую систему имиджологии; 2) основные принципы этики и имиджологии.	основные теоретические положения, лежащие в основе этики и имиджологии	Вопросы к семинарскому занятию, тестирование, устное сообщение, упражнения, контрольная работа
	Уметь	1) репродуцировать информацию, полученную на лекциях и семинарах по имиджологии; 2) критически оценивать и интерпретировать информацию по имиджологии.	1) анализировать философско-этический процесс, становление имиджологии; 2) анализировать тексты по истории становления имиджа в различных сферах	1) критически оценивать и интерпретировать информацию, выделять в ней главное, классифицировать 2) определять морально-психологические проблемы в коллективе и разрабатывать пути их решения с учетом	Упражнения, решение кейса, деловая игра, ситуационная задача

	Владеть	1) умением демонстрировать понимание основных понятий, принципов имиджологии 2) этическими ценностями уважение человеческого достоинства, доброжелательностью	1) умением демонстрировать понимание необходимости этических ценностей в формировании имиджа ; 2) готовностью к кооперации с коллегами	1) умением терпимо относиться к различным позициям и взглядам коллег 2) навыками работы в коллективе для анализа социально-значимых проблем и процессов, решения социальных и профессиональных задач.	Решение кейса, деловая игра, проект
	Знать	основные компоненты образовательной среды, их особенности, основы формирования имиджа образовательной организации	основные подходы к формированию образовательной среды	1) дидактические возможности компонентов образовательной среды 2) принципы и подходы к организации предметной среды с учетом формирования имиджа образовательной организации	Вопросы к семинарскому занятию, устное сообщение, контрольная работа, тестирование,
	Уметь	формировать образовательную среду	эффективно использовать дидактические возможности образовательной среды	выбирать наиболее эффективные формы образовательной среды с учетом формирования имиджа образовательной организации	Упражнения, решение кейса, ситуационная задача, деловая игра
	Владеть	умением применять этические нормы, основные принципы имиджологии	умением применять этические нормы, основные принципы имиджологии в образовательном пространстве	умением применять принципы имиджологии для создания эффективной образовательной среды в Забайкальском крае	Решение кейса, деловая игра, проект

2. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по дисциплине

2.1. Критерии и шкалы оценивания результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости

Текущий контроль предназначен для проверки хода и качества формирования компетенций, стимулирования учебной работы обучающихся и совершенствования методики освоения новых знаний. Он обеспечивается проведением семинаров, оцениванием контрольных заданий, проверкой конспектов лекций, выполнением индивидуальных и творческих заданий, периодическим опросом обучающихся на занятиях. Контролируемые разделы (темы) дисциплины, компетенции и оценочные средства представлены в таблице.

Модуль	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	Теоретическая имиджелогия	ОПК-9 ПК-2	Вопросы к семинарскому занятию. Подготовка сообщений. Контрольная работа. Тестирование. Упражнения.
2	Имидж в образовательной среде сфере	ОПК-9 ПК-2	Вопросы к семинарскому занятию. Подготовка сообщений. Упражнения. Кейс. Проект.
3	Понятие об имидже в разных контекстах	ОПК-9 ПК-2	Вопросы к семинарскому занятию. Подготовка сообщений. Упражнения. Ситуационная задача. Кейс.
4	Технологии продвижения собственного имиджа.	ОПК-9 ПК-2	Вопросы к семинарскому занятию. Подготовка сообщений. Упражнения. Решение кейса. Деловая игра.
	Промежуточный контроль по дисциплине «Имиджелогия»	ОПК-9 ПК-2	Вопросы к экзамену

Критерии и шкала оценивания устного сообщения

Понимание проблемы, стремление разъяснить ее суть с научных позиций	2 балла
Умение интересно подать материал, наличие личностного отношения к нему	1 балл
Грамотность и логичность изложения материала	1 балл
Максимальный балл	4 балла

Критерии и шкала оценивания кейса

Полнота раскрытия авторской позиции и ее состоятельность	2 балла
Наличие собственной точки зрения	1 балл
Представление правильных аргументирующих выводов	1 балл
Максимальный балл	4 балла

Критерии и шкала оценивания выполнения упражнений

За ответ на первый вопрос упражнения	2 балла
За каждый последующий правильный ответ на вопрос	1 балл
Максимальный балл	6 балла

Критерии и шкала оценивания выполнения тестовых заданий

Правильный ответ на 2 вопроса	4 балл
За каждый последующий правильный ответ на вопрос	1 балл
Максимальный балл	7 балла

Критерий и шкала оценивания контрольной работы

Полнота изложения ответа на вопрос контрольной работы, владение основными терминами по теме	6 баллов
Научная обоснованность и аргументированность	2 балла
Самостоятельность, логичность, последовательность изложения материала	2 балла
Научный стиль изложения	1 балл
Максимальный балл	11 баллов

Критерии и шкала оценивания деловой игры

демонстрирует предварительную информационную готовность в игре, принимает активное участие в работе группы, выступает от имени группы с рекомендациями по рассматриваемой проблеме либо дополняет ответчика	5 баллов
Ораторское мастерство	1 балл
Аргументация выдвигаемых идей	2 балла
Способность давать исчерпывающие ответы на вопросы	1 балл
Максимальный балл	9 баллов

Критерии и шкала оценивания проекта

демонстрирует предварительную информационную готовность, принимает активное участие в работе группы, выступает от имени группы с рекомендациями по рассматриваемой теме либо дополняет выступающего	5 баллов
Ораторское мастерство	1 балл
Аргументация выдвигаемых идей	2 балла
Способность давать исчерпывающие ответы на вопросы	2 балла
Максимальный балл	10 баллов

Критерии и шкала оценивания ситуационной задачи

Принимает активное участие в работе группы, демонстрирует высокий уровень знаний в данной области	5 баллов
Демонстрирует знание профессиональных компетенций	2 балла
Обосновывает решение с профессиональной точки зрения	3 балл
Максимальный балл	10 баллов

2.2. Критерии и шкалы оценивания результатов обучения при проведении промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация предназначена для определения уровня освоения всего объема учебной дисциплины. Для оценивания результатов обучения при проведении промежуточной аттестации используется 4-балльная шкала.

Основные виды систем оценивания

Европейская	100-балльная	4-балльная	2-балльная
-------------	--------------	------------	------------

A	94-100		
A-	90-94		
B+	85-89	отлично	
B	80-84		
B-	75-79	хорошо	
C+	70-74		
C	65-69	удовлетворительно	зачтено
C-	60-64		
D	55-59	неудовлетворительно	не зачтено
F	50-54		

Шкала оценивания	Критерии	Уровень освоения компетенций
Отлично	наличие глубоких и исчерпывающих знаний в объеме пройденного программного материала, правильные и уверенные действия по применению полученных знаний на практике, грамотное и логически стройное изложение материала при ответе, знание дополнительно рекомендованной литературы	Эталонный
Хорошо	наличие твердых и достаточно полных знаний программного материала, незначительные ошибки при освещении заданных вопросов, правильные действия по применению знаний на практике, четкое изложение материала	Стандартный
Удовлетворительно	наличие твердых знаний пройденного материала, изложение ответов с ошибками, уверенно исправляемыми после дополнительных вопросов, необходимость наводящих вопросов, правильные действия по применению знаний на практике	Пороговый
Неудовлетворительно	наличие грубых ошибок в ответе, непонимание сущности излагаемого вопроса, неумение применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы.	Компетенции не сформированы

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

3.1. Оценочные средства текущего контроля успеваемости

Вопросы к семинарским занятиям / устные сообщения с представлением тезисов:

Занятие 1-2. Имиджелогия как научно-практическая, инновационно-технологическая дисциплина. Имидж в истории.

1. Анализ определений имиджелогии как науки и практики. Цели и задачи имиджелогии. Теоретическая и прикладная имиджелогия.
2. Имидж как предмет имиджелогии. Связь имиджелогии с другими науками.
3. Взаимосвязь имиджа и художественного образа.
4. Имидж в структуре коммуникативного пространства.
5. Современные коммуникационные технологии, используемые в создании имиджа. Типы имиджей.
6. Имиджмейкинг как профессиональная деятельность по созданию имиджа с заданными свойствами.
7. Преобразование имиджа для достижения поставленных целей.
8. Структура и функции имиджмейкинга.

Занятие 3-4. Имидж образовательной организации. Имидж педагога.

1. Имидж и репутация. Общественное мнение.
2. Педагогическая этика. Структура имиджа педагога.
3. Портфолио начинающего специалиста.
4. Структура имиджа образовательной организации.
5. Бренд образовательной организации.
6. Маркетинг образовательных услуг

Занятие 5-6. Понятие об имидже в разных контекстах

1. Общественное настроение и социальный стереотип.
2. Специфика имиджа в государственном управлении, дипломатии, политике.
2. Имидж в искусстве, культуре и шоу-бизнесе.
3. Имидж в рекламе и PR-деятельности.
4. Имидж различных субкультур.

Занятие 7-9. Технологии продвижения собственного имиджа.

1. Позиционирование как основная стратегия построения имиджа.
2. Мифы и символы в имиджелогии.
3. Основные принципы и этапы формирования имиджа.
4. Психология восприятия прямой и косвенной имиджформирующей

информации.

5. Знаки имиджа: положительный и отрицательный.
6. Виды имиджа: личностный и профессиональный.
7. Элементы личностного имиджа: средовый, габитарный, вербальный, кинетический, овеществленный.
8. Работа над имиджем.
9. Выявление установок бессознательного.
10. Технология проектирования имиджа современного педагога

Перечень тестовых заданий

Модуль 1. Раздел 1

1. Современная наука выделяет несколько возможных вариантов имиджа, которые присущи функциональному подходу

(выберите лишний вариант):

- а) зеркальный имидж
- б) текущий имидж
- в) самоимидж
- г) корпоративный имидж
- д) множественный имидж
- е) желаемый имидж

2. Исследователи выделяют 4 элемента, от которых могут отталкиваться стратегии персонализации (выберите лишний вариант):

- а) стиль в работе
- б) принципиальное политическое мнение
- в) личный характер
- г) уровень образования
- д) внешние данные

3. Дайте определение термину «имидж» (выберите правильный ответ):

- а) это жесты, движения, положение тела в пространстве
- б) это мнение о человеке, сформированное аудиторией на основе оценки его речи
- в) образ конкретного объекта, существующий в массовом сознании

4. Назовите уровни, на которых реализуется восприятие имиджа (выберите лишний вариант):

- а) самоимидж
- б) подаваемый имидж

- в) принимаемый имидж
- г) габитарный имидж

5. В чем заключается «теория имиджа» Д. Огилви (выберите правильный ответ):

- а) в конкурентоспособности товара
- б) в наделении товара привлекательным ореолом
- в) информирование о качествах товара
- г) все вышеперечисленное

6. Что является главным звеном конструирования имиджа:

- а) средства массовой коммуникации
- б) специалисты по имиджу (имиджмейкеры)
- в) общество
- г) государственные структуры

7. В чем заключается принцип позиционирования:

- а) подстройка к уже существующей в массовом сознании информации
- б) помещение объекта в благоприятную для него среду
- в) процесс создания выгодных для коммуникатора контекстов

8. Что является главным правилом имиджелогии:

- а) ничто не может заменить реалии
- б) учет меняющихся массовых настроений
- в) движение вдоль списка положительных характеристик и дистанцироваться от характеристик отрицательного свойства
- г) все вышеперечисленное

9. Что означает термин «параллельный имидж»:

- а) выстраивание имиджа двух уровней, например: семьянин/профессионал
- б) выстраивание рядом с лидером не менее значимого имиджа его соратника
- в) проведение кампании по «черному PR» в отношении конкурента
- г) нет правильного ответа

10. Какие основные составляющие, в которых действует лидер:

- а) прошлое
- б) семья
- в) хобби
- г) работа
- д) здоровье
- е) все вышеперечисленное

Перечень вопросов к контрольной работе

Вариант 1.

1. По каким признакам можно отнести имиджевую коммуникацию к сфере профессиональной деятельности?
2. Чем отличаются имиджи советского и постсоветского периодов?
3. Какова взаимосвязь имиджологии с другими смежными сферами?
4. В чем заключается содержание термина «имидж»? Каковы основные его функции?
5. Как Вы понимаете сущность понятия «имидж»?

Вариант 2.

1. Охарактеризуйте смежные понятия: «образ», «репутация», «авторитет».
2. Равнозначны ли понятия «имиджология» и «психология имиджа»? В чем отличие?
3. Какие типы и способы управления имиджем существуют?
4. Определите особенности имиджа в различных сферах общественной жизни (политика, экономика, социальная сфера)?
5. Можно ли назвать имиджологию самостоятельной наукой? Обоснуйте свое мнение.

Вариант 3.

1. Перечислите цели и задачи имиджологии.
2. Перечислите отличия теоретической имиджологии от и прикладной.
3. В чем проявляется взаимосвязь имиджа и художественного образа?
4. Каковы функции имиджмейкинга?
5. Заботитесь ли Вы о своем имидже? В чем это проявляется?

Перечень упражнений

Модуль 1.

Упражнение 1

Проведите контент-анализ авторских определений понятия «имидж». Выделите общие характеристики имиджа, которые отмечают все/большинство авторов; укажите принципиальные отличия в позициях авторов.

Упражнение 2

Проиллюстрируйте виды имиджа, рассмотренные в разделе, на примере литературных или кинематографических героев.

Упражнение 3.

Составьте таблицу для сравнения понятий «имидж» и «репутация» (сделайте ссылки на авторов, с работами которых Вы познакомились). Сформулируйте резюме по результатам проведенного сравнения.

Упражнение 4.

Выявите в одном из мультфильмов способы и характеристики позиционирования и создания положительного и отрицательного имиджа героев (например, «Ну, погоди!»).

Упражнение 5.

Перепишите следующие предложения так, чтобы они соответствовали 10 характерным особенностям эффективных письменных коммуникаций. В каждом из предложений присутствует, по крайней мере, одна ошибка.

1. Наш региональный директор, девушка, имеющая много лет опыта, проверит ваши счета.
2. Если вы срочно не заплатите, вы не получите существенной скидки.
3. Ввиду того, что товар находился у вас только 6 месяцев, совершенно ясно, что ремонт будет в рамках гарантии.
4. Если работник имеет жалобу, работник должен доставить эту жалобу в комитет по жалобам.
5. Нюхая вино, полицейский арестовал водителя.
6. Членам Совета попечителей верится, что новый план будет работать.
7. Из этой политики не может существовать исключений.
8. Вам не разрешается пропускать работу, если у вас нет уважительной причины.
9. В настоящий момент консенсус мнений таков, что текучесть кадров будет расти в течение мая месяца.
10. Курение запрещено везде, кроме холла

Модуль 2.

Упражнение 1.

Сформулируйте 2–3 стереотипа об учителе, бытующих в российском обществе. Предположите причину появления этих стереотипов, оцените их соответствие современным реалиям и предложите способы ухода от этих стереотипов.

Упражнение 2.

Поразмышляйте: какие факторы влияют на индивидуальный имидж каждого учителя (сложившиеся в обществе стереотипы и т.д.)?

Упражнение 3.

Используя информацию СМИ, художественную литературу, фильмы, спектакли и др. составьте образ современного российского педагога. Подготовьте презентацию с использованием фото- и видеоматериалов.

Упражнение 4.

Проведите сравнительный анализ имиджа школьного учителя и вузовского преподавателя.

Упражнение 5.

Подготовьте презентацию на тему (по выбору): «Имидж современного педагога», «Имидж вузовского преподавателя», «Имидж директора школы».

Модуль 3.

Упражнение 1.

Посмотрите рекламные ролики одного вида продуктов разных брендов. Определите схожие характеристики, придумайте уникальные.

Упражнение 2.

Выявите целевые аудитории для следующих представителей информационного пространства: Ксения Собчак, Алексей Митрофанов, Владимир Жириновский (по телевизионным передачам, ток-шоу, выступлениям, статьям в газетах разного направления и интернет-порталах, радио-каналах).

Рассмотрите героев в разных ситуациях, проследите, меняется ли их речь, мимика, интонации, жесты, действия.

Упражнение 3.

Понаблюдайте за своими обычными ежедневными действиями и действиями друзей, близких, родных. Попытайтесь выявить стереотипы в поведении. С чем, на ваш взгляд, связано их возникновение? Насколько этот стереотип соответствует требованиям современной действительности? Стоит ли ломать стереотипы?

Упражнение 4.

Разработайте концепцию рекламной кампании в соответствии с условиями задачи.

Алгоритм выполнения задачи:

А) Заполните бриф на разработку рекламной кампании.

1. Общая информация о компании
2. Заказчик
3. Деятельность компании (Чем занимается компания?)
4. Позиционирование компании (Новизна или традиционность предлагаемых товаров/услуг. Уникальные свойства предлагаемых товаров/услуг)
5. География работы (На каких рынках работает компания? Планируется ли выходить на новые?)
6. Основные конкуренты (по цене, по качеству, по имиджу). Общий обзор конкуренции на рынке. Если имеются исследования, их следует приложить к письму).
7. Информация о проекте
8. Что мы рекламируем? (Какой товар или услугу? Или, может, саму компанию как таковую?)
9. Предпосылки (Причины вывода на рынок, конкурентная обстановка)
10. Цель рекламной кампании (которую должна решать рекламная кампания в настоящий момент: увеличение объема продаж или доли рынка; запуск нового товара/услуги; улучшение имиджа компании и т. д. Как правило, одна на один бриф).
11. Описание целевой аудитории (Сегменты рынка, для которых предназначен продукт. К какой возрастной, социальной группе относятся потребители, каков их уровень образования, доходов, пол).
12. Барьеры и мотиваторы (Что может помешать нашей ЦА сделать то,

что нам

необходимо. Какие есть барьеры, какие привычки нам необходимо изменить).

13. Общая рекламная концепция кампании

14. Что в итоге нужно получить?

15. Технические требования (Форматы, размеры, цветовые профили, хронометражи, виды

ваших рекламных носителей и прочее)

16. Дополнительная информация, пожелания клиента

17. Ф.И.О. и должность ответственного менеджера данного проекта, контакты

Упражнение 5.

Проведите SWOT-анализ основной профессиональной образовательной программы, на которой Вы обучаетесь.

Модуль 4.

Упражнение 1.

Задание 1

Обратите на себя пристальный и строгий взгляд и попробуйте определить, какие аспекты имиджа вас удовлетворяют и где, как вы сами знаете, вам требуется помощь.

<i>Составляющие имиджа</i>	<i>Создает вам помехи</i>	<i>На среднем уровне</i>	<i>Выше среднего</i>	<i>Первоклассно</i>
Звучание вашего голоса				
Искусство общения (письменного и устного)				
Навыки презентации				
Светские навыки				
Умение вести себя за столом				
Визуальный контакт				
Рукопожатие				
Осанка				
Поддержание формы				
Уход за собой (волосы, кожа, Руки)				
Одежда и индивидуальный стиль				
Манеры				

Упражнение 2.

Нижеследующий несложный вопросник «ревизионный тест делового имиджа» одного из ведущих американских имиджмейкеров, консультанта компании SMB Image Consultant, Mary Spillane, предлагает начать поиск слабых мест в своем имидже. Он рассчитан на деловую женщину, которая активно делает карьеру и старается произвести впечатление человека, уверенного в себе и своих возможностях.

Проверьте уровень вашего внешнего образа

На вопросы необходимо отвечать «да» или «нет».

1. Тратите ли вы утром, собираясь на работу, менее 10 минут (без учета душа)?
2. Носите ли вы серьги каждый день?
3. Ходите ли вы к парикмахеру по крайней мере через каждые шесть или восемь недель?
4. Требуют ли ваши волосы более 10 минут ежедневного ухода?
5. Пользуетесь ли вы цветными лаками для ногтей, гармонирующими с вашей внешностью или помадой?
6. Делаете ли вы маникюр каждую неделю?
7. Употребляете ли вы косметику каждый день, когда идете на работу или лишь когда вам предстоит важный разговор или совещание?
8. Значительно ли поднимается у вас юбка, когда вы садитесь?
9. Подправляете ли вы макияж в течение дня?
10. Можете ли вы определить разницу между 5 и 20 денье (den)?
11. Преобладают ли в вашем гардеробе темно-синий, серый или черный цвет?
12. Есть ли в вашем рабочем гардеробе другие цвета?
13. Знаете ли вы, какая длина рабочей юбки и жакета для вас самая подходящая?
14. Знаете ли вы, какой стиль одежды вам более всего к лицу?
15. Надеваете ли вы летом на деловые встречи платья и блузки с короткими рукавами, без жакета?
16. Если вы небольшого роста, носите ли высокие каблуки, чтобы казаться выше?
17. В хорошем ли состоянии ваши зубы: видны ли при улыбке какие-

либо дефекты цвета и формы: желтизна, камни, неровности и т.д.

18. В тот день, когда вам предстоит важная встреча, вы одеваетесь иначе,

чем обычно?

19. Уделяете ли вы большое внимание уходу за обувью?

20. Соответствует ли качество ваших туфель, портфельчика или сумки, часов вашему желаемому положению и/или уже достигнутому карьерному успеху?

Упражнение 3.

Тест «Умеете ли вы правильно слушать?»

Чтобы определить, умеете ли вы слушать, вам предлагается тест, на вопросы которого следует отвечать одним из следующих слов: всегда, почти всегда, редко, никогда.

1. Даю ли я возможность говорящему выразить его мысли полностью, не перебивая?

2. Слушаю ли я «между строк», особенно беседуя с людьми, в словах которых часто содержится скрытый смысл?

3. Пытаюсь ли я активно развивать способность к запоминанию услышанной информации?

4. Записываю ли я наиболее важные детали сообщения?

5. Записывая сообщение, концентрируюсь ли я на фиксации главных фактов и ключевых фраз?

6. Резюмирую ли я говорящему существенные детали его сообщения до того,

как разговор окончен, чтобы убедиться в правильном понимании?

7. Удерживаюсь ли я от того, чтобы оставить говорящего, когда нахожу его

сообщение скучным, монотонным, неясным или в силу того, что лично не знаю

или не люблю собеседника?

8. Избегаю ли я проявления враждебности или эмоционального возбуждения, когда взгляды говорящего отличаются от моих собственных.

9. Игнорирую ли я отвлекающегося во время совещания слушателя?

10. Выражаю ли я подлинный и искренний интерес к тому, что говорит другой, или к беседе других людей?

Поставьте, пожалуйста, за ответ «всегда» — 4 балла, за ответ «почти

все-гда» - 3 балла, «редко» - 2 балла, «никогда» - 1 балл.

Итоги

32 и более баллов. Вы идеальный слушатель.

27-31 балл. Вы слушатель выше среднего уровня.

22 – 26 баллов. Вы нуждаетесь в дополнительном обучении и должны сознательно практиковаться в слушании. Это сигнал, что есть серьезные недостатки, которые можно и нужно ликвидировать.

21 и менее баллов. Многие из сообщений, которые вы получаете, вами воспринимаются в искаженном виде, не полно, не адекватно. Нужна серьезная работа над собой.

Целенаправленно работая над искоренением ответов «никогда» и «редко», вы сможете значительно улучшить каждодневные взаимоотношения с коллегами, подчиненными и руководителями.

Упражнение 4.

Опишите, как вы действуете и что чувствуете, оказавшись в каждой из ситуаций, приведенных в таблице.

<i>Конфликт</i>	<i>Я обычно поступаю</i>	<i>Я обычно чувствую</i>
Когда кто-то берет что-нибудь у меня и не возвращает		
Когда кто-нибудь заставляет меня сделать что-нибудь, а я не хочу		
Когда кто-нибудь толкает или бьет меня без причины		
Когда кто-то обзывает меня		
Когда кто-то обвиняет меня в чем-то, чего я не делал		
Когда кто-то говорит за моей спиной то, чего не было на самом деле		

Упражнение 5.

Заполните таблицу. Вспомните какой-нибудь конфликт, который был у вас недавно, оцените эффективность его разрешения и попробуйте найти другое решение выхода из данного конфликта, используя знания, полученные из имиджелогии.

Краткое описание конфликтной ситуации	Использованный стиль для разрешения конфликта	Общая эффективность этого стиля по вашему мнению (от-3 до +3)	Результат применения стиля (положительный или отрицательный)	Другой возможный путь разрешения конфликта

Проектная деятельность

Модуль 2

Вариант 1

Разработайте программу формирования общественного мнения о педагогической профессии в своем городе/поселке Забайкальского края.

Вариант 2

Разработайте имидж работника сферы образования (министр образования и науки, работник отдела управления образованием, директор, ректор, школьный учитель, вузовский преподаватель и пр.), опираясь на критерии, рассмотренные в данном разделе. Результаты представить схематично (в виде рисунка, схемы, таблицы).

В своем проекте укажите:

- Кредо, архетип (обоснуйте).
- Внешний имидж: стиль одежды, цветовая гамма, прическа, атрибуты. Вербальные особенности (голос, речь и пр.), невербальные особенности (мимика, жесты, походка и пр.)
- Внутренний имидж (тип темперамента, черты характера, ценности, профессионально значимые качества личности, увлечения)

Вариант 3.

Проведите сравнительный анализ брендов (логотип, слоган, цветовая гамма и пр.) успешных образовательных организаций России и стран Европы. Сделайте вывод о тех ценностях и особенностях, на которые делают акцент образовательные организации различных стран, существуют ли принципиальные отличия? Аргументируйте свой ответ.

Разработайте бренд образовательной организации, соответствующий ее миссии и стратегической цели, а также потребностям ее ключевых потребителей.

Кейсы

Модуль 2

Кейс «Роль педагога в современном мире»

Проведите опрос общественного мнения среди студентов своего вуза на одну из тем: «Роль педагога в современном мире», Имидж современного российского педагога»; «Нужна ли педагогическая профессия?»; «Проблемы педагогической профессии в современной России»; «В какой стране педагогам живется лучше всего?». Результаты обработайте статистически и подготовьте для обсуждения.

Кейс «Портфолио начинающего специалиста»

Сформируйте портфолио начинающего специалиста, используя опыт составления своего портфолио по учебной и научно-исследовательской работе.

Модуль 3.

Кейс «Корпоративный имидж»

Изучите стоматологическую программу компании «Ригли», производителя жевательной резинки торговой марки «Орбит» с точки зрения истории развития, особенностей и этапов становления, механизмов реализации, результатов. Оцените креативную идею разработчиков.

Проведите экспресс-исследование маркетингового характера «Что и зачем «жуют» современные студенты».

Кейс «Типологии корпоративных культур»

«Существует множество различных типологий корпоративных культур. Типология, предложенная Джеффри Зонненфельдом, является одной из самых популярных и в классическом западном менеджменте считается общепринятой. Различается четыре типа культур: «бейсбольная команда», «клубная культура», «академическая культура», «оборонная культура» («крепость»). Каждая из вышеперечисленных культур имеет разный потенциал для поддержки состояния и успеха компании и по-разному сказывается на карьере работников.

1. В «бейсбольной команде» ключевые успешные сотрудники считают себя «свободными игроками», и компании просто борются за них. Работники с невысокими личностными и профессиональными показателями быстро увольняются по инициативе работодателей. Такая культура встречается в тех областях, где происходит очень быстрое движение бизнеса и где очень велик риск: производство фильмов, маркетинг, информационные технологии. В сфере культуры это, прежде всего, кинематографические студии, различные творческие коллективы (театральные, музыкальные, танцевальные и др.)

2. «Клубная культура» характеризуется лояльностью, преданностью и сработанностью членов коллектива, командной работой. Стабильные и безопасные условия способствуют поощрению преимуществ сотрудников за счет возраста, опыта и должностного положения. Повышение в должности получают только работники этой компании, при этом карьерный рост происходит медленно и постепенно. От сотрудника ожидают, что на каждом новом уровне он должен постигнуть все премудрости данной работы и овладеть мастерством, поэтому большинство работников имеют широкий профессиональный кругозор. В качестве примера можно привести библиотечные учреждения.

3. В компании с «академической культурой» набирают новых молодых сотрудников, которые проявляют интерес к долговременному сотрудничеству и готовы к медленному продвижению по служебной лестнице. В отличие от клубной культуры, работники здесь редко переходят из одного отдела в другой. У каждого сотрудника есть свое специфическое направление, в котором он совершенствует свой опыт и мастерство, развивает творческий и профессиональный потенциал. Хорошая работа и профессиональное мастерство являются основанием для поощрения и продвижения вперед. Строгая академическая культура характерна для уже устоявшихся, давно образованных учреждений. Хотя узкая специализация и гарантирует работу, все же подобная культура ограничивает широкое развитие личности сотрудника и препятствует внутриорганизационной кооперации. Тем не менее, в стабильной обстановке такая культура работает эффективно. Примером развития данной КК являются крупные музеи. В них сотрудники приходят работать зачастую сразу после получения диплома, а иногда и еще во время учебы. Начиная с должностей младших научных сотрудников в одном из отделов, они, как правило, оттачивают свое мастерство, углубляясь в изучение вверенной темы либо коллекции, и постепенно продвигаются вверх по карьерному пути.

4. В «оборонной культуре» нет гарантии постоянной работы, нет возможности для профессионального роста, так как компаниям часто приходится подвергаться реструктуризации и сокращать свой персонал, чтобы адаптироваться к новым внешним условиям. Такая культура губительна для работников, но при этом предоставляет прекрасные возможности для некоторых уверенных в своих силах менеджеров, которые любят принимать вызов. В ситуации «борьбы за выживание» нередко оказываются небольшие провинциальные учреждения культуры (клубы, музеи, библиотеки).

- 1). Какие типы корпоративных культур выделяет автор?
- 2). Выскажите Ваше отношение к указанному подходу.
- 3). Назовите другие типологии корпоративных культур.

Модуль 4.

Кейс «Стратегия продвижения»

Ознакомьтесь с технологией «Mediajacking» (стратегия продвижения в социальных сетях). Разработайте стратегию продвижения своего бренда (выбрать самостоятельно) в соответствии со стратегией Mediajacking.

Кейс «Собственный имидж»

Определите, насколько хорошо развиты у вас способности, черты характера и другие характеристики, из которых складывается ваш имидж.

Используйте следующую шкалу:

3 – хорошо;

2 – удовлетворительно;

1 – плохо.

Составляющие имиджа	оценка
поведение	
Умение подать себя, произвести благоприятное впечатление	3 2 1
Умение держать себя с незнакомыми людьми	3 2 1
Умение взаимодействовать с другими людьми для достижения поставленной цели	3 2 1
Умение управлять репутацией	3 2 1
Умение вести себя конструктивно в ситуации конфликта	3 2 1
Умение вести переговоры и осуществлять презентации	3 2 1
Умение вести себя в ситуациях неформального общения, следовать правилам этикета	3 2 1
Личностные характеристики	
Умение устанавливать контакты и партнерские отношения	3 2 1
Уверенность в себе	3 2 1
Эмоциональный самоконтроль	3 2 1
Решительность, энергичность	3 2 1
Эвристический оптимизм, обаяние	3 2 1
Способность брать на себя ответственность	3 2 1
Умение вызывать к себе доверие	3 2 1
Умение нравиться другим	3 2 1
Эмпатический потенциал	3 2 1
Справедливость, честность	3 2 1
самопрезентация	
Дикция и словарный запас	3 2 1
Умение управлять языком тела	3 2 1
Владение техниками саморекламы	3 2 1
Умение одеваться (стиль)	3 2 1

Внешность, ухоженность	3 2 1
Внутренняя энергетика	3 2 1
Умение создавать и оформлять презентационные документы: резюме, портфолио и т.д.	3 2 1

Комментарии. Особое внимание обратите на те качества, умения и личностные характеристики, которые получили оценку 1. Подумайте, какие изменения вы могли бы внести в свой имидж.

Какие шаги можно предпринять, чтобы улучшить собственный имидж в глазах других людей, повысить свою привлекательность?

Решение ситуационной задачи.

Модуль 3.

На примере имиджа банка «Сбербанк», опираясь на материалы официального сайта, рекламных роликов, посещения ближайшего офиса выделите и обозначьте обнаруженные вами имиджевые компоненты организации.

Деловая игра

Модуль 4.

Деловая игра «Управление изменениями»

Цель: дать группе возможность изучить процесс изменений и показать, как можно уменьшить сопротивление.

Процедура:

1. Группа делится на подгруппы по 4-5 человек, затем организатор просит обсудить внутри команд следующие вопросы:

- вспомните последний случай, когда в деятельности вашей фирмы были внесены какие-либо изменения.
- Были ли эти изменения встречены сопротивлением?
- Почему?
- Оглянитесь в прошлое: что могло бы облегчить внесение этих изменений?

2. Представьте достаточно времени для дискуссии. Затем каждая команда выступит с сообщением.

3. Предложите вопросы для обсуждения:

- Выявлены ли идентичные изменения?
- Сколько человек не сопротивлялось изменениям? Попросите их рассказать об этом.
- Почему изменениям так часто сопротивляются?
- Назовите несколько вещей, которые могут помочь вам легче

провести будущие изменения.

Советы:

Если члены группы – представители различных сфер деятельности, то дискуссия принесет наилучшие результаты.

Деловая игра

Имитационная игра «НЕОБИТАЕМЫЙ ОСТРОВ»

Условия: в результате кораблекрушения вы оказались на необитаемом острове. На нем богатый животный и растительный мир, но жизнь полна опасностей: ядовитые растения и животные, ливневые дожди, короткий день, жестокий холод, визиты каннибалов с соседних островов. В ближайшие годы вы не сможете вернуться к своей обычной жизни, в родные края.

Ваша задача: создать для себя нормальные условия, в которых вы могли бы выжить.

Поймите серьезность и опасность произошедшего. Люди иногда при таких обстоятельствах теряют человеческий облик, вспыхивают ссоры и драки со смертельным исходом. Тут не место для развлечений и болтовни – вам надо есть и пить, обустроить себе жилье, чтобы солнце не спалило вашу кожу, и вы могли укрыться в сезон дождей от ливней, а зимой от холодов.

Вам нужно освоить остров, организовать на нем хозяйство.

Необходимо наладить социальную жизнь: распределить основные функции и обязанности. Следует продумать и то, каким образом эти функции и обязанности будут выполняться.

Вам необходимо решить следующие вопросы:

1. Решите вопрос о государственном устройстве, о власти.
2. Кто будет руководить жизнью людей?
3. Кто будет принимать окончательное решение?
4. Каким образом будет контролироваться выполнение: под страхом наказания, смерти?
5. Как будет распределяться добываемая пища? Поровну? По трудовому вкладу?
6. Имеет ли право человек жить на вашем острове, никого не слушая и никому не подчиняясь?
7. А если такой образ жизни сделает его слабым, болезненным, обузой для всех?
8. Какие у вас будут праздники? Сколько их будет? Как вы будете их устраивать?
9. Разработайте нравственно-психологический кодекс поведения на

вашем острове. (примерно 10-15 пунктов). Правила должны быть четкими. Они должны помогать решению конкретных проблем, предотвращению конфликтов.

10. Какие наказания будут предусмотрены за неисполнение установленных правил?

3.2. Оценочные средства промежуточной аттестации

Перечень теоретических вопросов для экзамена (для оценки знаний):

1. Имидж как образ.
2. Роль имиджа в восприятии человека человеком.
3. Функциональный подход к проблеме изучения имиджа.
4. Виды имиджформирующей информации.
5. Анализ определений имиджологии как науки и практики. Цели и задачи имиджологии.
6. Теоретическая и прикладная имиджология.
7. Имидж как предмет имиджологии. Связь имиджологии с другими науками.
8. Взаимосвязь имиджа и художественного образа.
9. Имидж в структуре коммуникативного пространства.
10. Современные коммуникационные технологии, используемые в создании имиджа. Типы имиджей.
11. Имиджмейкинг как профессиональная деятельность по созданию имиджа с заданными свойствами.
12. Преобразование имиджа для достижения поставленных целей.
13. Структура и функции имиджмейкинга.
14. Влияние среды обитания на формирование имиджа.
15. Имидж и репутация. Общественное мнение.
16. Педагогическая этика. Структура имиджа педагога.
17. Портфолио начинающего специалиста.
18. Структура имиджа образовательной организации.
19. Бренд образовательной организации.
20. Маркетинг образовательных услуг
21. Общественное настроение и социальный стереотип.
22. Специфика имиджа в государственном управлении, дипломатии, политике.
23. Имидж в искусстве, культуре и шоу-бизнесе.
24. Имидж в рекламе и PR-деятельности.
25. Имидж различных субкультур.
26. Позиционирование как основная стратегия построения имиджа.

27. Мифы и символы в имиджелогии.
28. Основные принципы и этапы формирования имиджа.
29. Психология восприятия прямой и косвенной имиджформирующей информации.
30. Знаки имиджа: положительный и отрицательный.
31. Виды имиджа: личностный и профессиональный.
32. Элементы личностного имиджа: средовый, габитарный, вербальный, кинетический, овеществленный.
33. Работа над имиджем.
34. Выявление установок бессознательного.
35. Технология проектирования имиджа современного педагога.
36. Общественный имидж.
37. Влияние внешнего вида человека на формирование имиджа.
38. Имидж в публичном выступлении.
39. Самоменеджмент – основа формирования имиджа.
40. Феномен имиджа лидера. Лидерство как комплекс черт.

Перечень практических заданий к экзамену по дисциплине

Перечень практических вопросов для зачета (для оценки умений):

1. Решение ситуационной задачи.

На примере имиджа банка «Сбербанк», опираясь на материалы официального сайта, рекламных роликов, посещения ближайшего офиса выделите и обозначьте обнаруженные вами имиджевые компоненты организации.

2. Решение ситуационной задачи.

На примере символики ЗабГУ (герб, лозунг, корпоративные цвета и т.д.) показать смыслы имиджевых посланий целевым аудиториям



3. *Написание эссе*

Опираясь на имеющиеся у вас представления о репутации и репутациях, а также на знание литературных произведений и их героев, напишите эссе на

тему «Репутация в современном мире».

Перечень типовых практических заданий (для оценки навыков и (или) опыта деятельности):

1. *Решение кейса*

Анализ фрагментов из видеофильмов о школьных учителях.

Посмотрите фрагменты фильмов с образами педагогов различных стран, опишите их отличительные особенности по следующему плану:

- слагаемые их имиджа;
- функции имиджа, которые наиболее ярко проявляются во взаимодействии с учениками;
- приемы, при помощи которых создается имидж;
- что вы можете использовать из опыта педагогов для формирования собственного имиджа.

2. *Решение кейса.*

В исследовании имиджа образовательной организации (например, ВУЗа) традиционно выясняются оценки: университетской программы; специальных программ (например, естественных наук, гуманитарных наук, изобразительных искусств); престижа университета и факультетов, качества образования в целом, квалификации преподавательского состава, качества обслуживания студентов, притягательности расположения, подготовки студентов к практической работе и т. д. Также отмечаются следующие привлекающие/отталкивающие черты: стоимость обучения, расположение, стандарты допуска, наличие библиотек, компьютерных удобств, академическая программа, устройство университетского городка и его размер.

1). Выясните, существуют ли специальные инструментарии в вашем ВУЗе по исследованию описываемых явлений и процессов.

2). Приведите примеры.

Перечень вопросов для тестирования по компетенции

ОПК-9. Способен применять в сфере своей профессиональной деятельности категории и принципы этики, эстетики, философии религии

1. Имидж в переводе с английского языка означает:

- а) впечатление;
- б) образ;
- в) оценка.

2. Объектом имиджирования является:

- а) фирма, организация;
- б) люди, лидеры общественного мнения;
- в) а) и б)

3. Типизация – это:

- а) обобщенное представление о чем-либо;
- б) целенаправленно-сформированный образ чего-либо и кого-либо;
- в) явление повседневной практики общения, сводящиеся к упрощенным типам.

4. Источником имиджформирующей информации являются:

- а) общественность;
- б) индукторы;
- в) реципиенты.

5. Определите, кто является основным субъектом имиджирования?

- а) имиджмейкер;
- б) индукторы;
- в) реципиент;
- г) всё перечисленное

6. Термины «имидж», «репутация», «идентичность», «организационная культура» являются:

- а) синонимами;
- б) четко взаимосвязанными понятиями;
- в) не являются взаимосвязанными между собой и изучаются различными науками.

7. Основной целью имиджирования для организации является:

- а) желаемое поведение реципиентов;
- б) создание положительного образа руководителя организации;
- в) мотивация персонала.

8. Определите наиболее корректное утверждение:

- а) имидж – это мнение о характеристиках объекта;
- б) имидж – это сложная структурированная сеть представлений о ком-либо и чем-либо;
- в) имидж – это целенаправленно сформированный образ, содержащий

ценностные характеристики и призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие на целевую аудиторию.

9. К внутренним факторам, зависимым от носителя имиджа относятся:

- А) общие физические данные, мимика, среда обитания;
- Б) коммуникабельность, уровень нравственности;
- В) сфера интересов, уровень образования;
- Г) а и б

10. Источником имиджформирующей информации, исходящей от индуктора являются:

- А) целенаправленные сообщения;
- Б) продукты деятельности;
- В) непреднамеренное поведение;
- Г) все перечисленное
- Д) только а и б

11. Содержание понятия имиджа организации включает две составляющие:

- а) познавательную и оценочностную
- б) описательную и оценочностную
- с) описательную и бытийную

12. Имидж – это

- а) эмоционально окрашенный психический образ чего-либо или кого-либо
- б) облик предмета
- с) восприятие человека человеком

13. Впервые термин «имидж» был использован

- а) в политической сфере
- б) в юридической сфере
- с) в экономической сфере

14. Прообраз имиджа – это

- а) субъект, воспринимающий имидж
- б) субъект, представленный в имидже,
- с) субъект, ориентированный на имидж

15. Имиджелогия изучает профессиональную деятельность

- a) по созданию и преобразованию имиджа
- b) по созданию образов
- c) манипулированию

16. При создании делового имиджа необходимо учитывать

- a) характер внешней среды
- b) ожидания аудитории
- c) корпоративные принципы

17. Внешней формой выражения делового имиджа является

- a) одежда
- b) обувь
- c) мысли

18. Анализ внешней среды позволит прогнозировать

- a) наиболее неблагоприятное стечение факторов внешней среды
- b) наиболее благоприятное стечение факторов внешней среды
- c) наиболее благоприятное стечение факторов внутренней среды

19. Деловой имидж следует считать важной составной

- a) политической культуры
- b) культуры делового общения
- c) русской культуры

20. Чем имидж удачнее, тем выше

- a) профессиональный и политический авторитет
- b) интеллект
- c) способности человека

ПК-2 Способен к преподаванию по программам бакалавриата и ДПП, ориентированным на соответствующий уровень квалификаций

1. От какого слова происходит понятие «Самопрезентация»?

- a) самоотдача
- b) самоподача
- в) самоопределение

2. В течении какого времени складывается мнение о человеке?

- а) от 4 сек. До 1 мин
- б) до 10 минут
- в) от 30 сек. До 2х минут

3. Самоподдержка это:

- а) стремление произвести впечатление, описывая свои таланты и выдающиеся познания
- б) выстраивание своего образа путем подчеркивания тесной связи с успешными, знаменитыми людьми
- в) приукрашивание, самовосхваление, стремление сделать себя привлекательным, особенно для тех, кто имеет высокий статус

4. Что означает понятие самопрезентация?

- а) мнение о себе
- б) саморекламирование
- в) управление впечатлением о себе у других людей

5. К чему относится самопрезентация?

- а) к стремлению человека представить желаемый образ
- б) улучшение внешнего облика
- в) уравнивание успехов и ошибок

6. В течение какого времени люди присматриваются друг к другу?

- а) первые 2 дня
- б) первые 2 недели
- в) 1 месяц

7. В каком году Э. Джонс и Т. Питман описали стратегические техники самопрезентация?

- а) 2001
- б) 1993
- в) 1982

8. Какие приемы используются для улучшения внешнего облика при самопрезентации?

- а) язык тела
- б) аксессуары
- в) косметика

9. Кто оказывает наибольшее влияние на развитие личности?

- а) родители
- б) воспитатели и родители
- в) воспитатели

10. Что включает в себе текущий имидж?

- а) взгляд на человека со стороны в данный момент
- б) отражение идеала, к которому стремится человек
- в) собственное представление о человеке

11. Современная наука выделяет несколько возможных вариантов имиджа, которые присущи функциональному подходу (выберите лишний вариант):

- а) зеркальный имидж
- б) текущий имидж
- в) самоимидж
- г) корпоративный имидж
- д) множественный имидж
- е) желаемый имидж

12. Исследователи выделяют 4 элемента, от которых могут отталкиваться стратегии персонализации (выберите лишний вариант):

- а) стиль в работе
- б) принципиальное политическое мнение
- в) личный характер
- г) уровень образования
- д) внешние данные

13. Дайте определение термину «имидж» (выберите правильный ответ):

- а) это жесты, движения, положение тела в пространстве
- б) это мнение о человеке, сформированное аудиторией на основе оценки его речи
- в) образ конкретного объекта, существующий в массовом сознании

14. Назовите уровни, на которых реализуется восприятие имиджа (выберите лишний вариант):

- а) самоимидж
- б) подаваемый имидж
- в) принимаемый имидж

г) габитарный имидж

15. В чем заключается «теория имиджа» Д. Огилви (выберите правильный ответ):

- а) в конкурентоспособности товара
- б) в наделении товара привлекательным ореолом
- в) информирование о качествах товара
- г) все вышеперечисленное

16. Что является главным звеном конструирования имиджа:

- а) средства массовой коммуникации
- б) специалисты по имиджу (имиджмейкеры)
- в) общество
- г) государственные структуры

17. В чем заключается принцип позиционирования:

- а) подстройка к уже существующей в массовом сознании информации
- б) помещение объекта в благоприятную для него среду
- в) процесс создания выгодных для коммуникатора контекстов

18. Что является главным правилом имиджелогии:

- а) ничто не может заменить реалии
- б) учет меняющихся массовых настроений
- в) движение вдоль списка положительных характеристик и дистанцироваться от характеристик отрицательного свойства
- г) все вышеперечисленное

19. Что означает термин «параллельный имидж»:

- а) выстраивание имиджа двух уровней, например: семьянин/профессионал
- б) выстраивание рядом с лидером не менее значимого имиджа его соратника
- в) проведение кампании по «черному PR» в отношении конкурента
- г) нет правильного ответа

20. Какие основные составляющие, в которых действует лидер:

- а) прошлое
- б) семья
- в) хобби
- г) работа
- д) здоровье
- е) все вышеперечисленное

4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

4.1. Описание процедур проведения текущего контроля успеваемости студентов В таблице представлено описание процедур проведения

контрольно-оценочных мероприятий текущего контроля успеваемости студентов, в соответствии с рабочей программой дисциплины, и процедур оценивания результатов обучения с помощью запланированных оценочных средств.

Наименование оценочного средства	Описания процедуры проведения контрольно-оценочного мероприятия и процедуры оценивания результатов обучения
Устное сообщение	задания выдаются на практических занятиях, предшествующих изучению предлагаемой темы. Преподаватель знакомит студентов с критериями оценивания. Индивидуальные творческие задания должны быть выполнены к занятию по изучению предлагаемой темы и в соответствии с требованиями к оформлению. Выполненное задание предъявляется студентом на занятии по изучению предлагаемой темы.
Упражнения	Преподаватель предлагает студентам раздаточный материал, знакомит студентов с критериями оценивания. В назначенное время студенты сдают выполненные задания на проверку.
Тестирование	Тестирование проводится по результатам освоения разделов дисциплины во время практических занятий. Во время проведения тестирования пользоваться учебниками, справочниками, конспектами лекций, тетрадями для практических занятий не разрешено. Преподаватель на практическом занятии, предшествующем занятию проведения теста, доводит до обучающихся: темы, количество заданий в тесте, время выполнения.

Деловая игра	Деловая игра проводится в 4 модуле как проверка сформированности навыка ведения деловых переговоров. Студент должен продемонстрировать предварительную информационную готовность в игре, принять активное участие в работе группы, уметь выступать от имени группы с рекомендациями по рассматриваемой проблеме либо дополнять ответчика. При оценивании участия студента в деловой игре учитываются качество его аргументации, ораторское мастерство, внешний вид.
проект	Учебный проект – это совместная учебно-познавательная, творческая или игровая деятельность учащихся-партнёров. Она имеет общую цель, согласованные методы и способы деятельности и направлена на достижение общего результата по решению значимой для участников проекта проблемы. Учебный проект включает элементы докладов, исследований и любых других видов самостоятельной творческой работы учащихся. Проект предполагает обоснование актуальности выбранной проблемы, объект, предмет исследования, логическую четкость, последовательность изложения. Учебный проект – это возможность проявить себя индивидуально или в группе, попробовать свои силы, приложить знания, принести пользу и показать публично достигнутый результат.
Ситуационная задача	Ситуационная задача — это описание ситуации, которую нужно решить, ответив на вопросы, носящие проблемный характер, или выполнив задания, демонстрирующие действенность знаний. Выполняется в целях развития определенных общих и профессиональных компетенций в учебном процессе В условиях задания содержится описание конкретной ситуации, затрагивающей деятельность определенного специалиста. Выполняя задание, студенты формируют ключевые компетенции, обосновывают свое решение с профессиональной точки зрения.
Контрольная работа	Контрольная работа проводится в 1 модуле. Студентам предлагается ряд вопросов для оценки усвоения знаний по данным модулям. Ответы на вопросы предполагают знание терминов и основных понятий разделов. Ответ должен быть развернутым и продемонстрировать глубокие знания по данному вопросу.
Организация работы с текстом (кейсом)	Текст предлагается студентам для работы с ним на практическом занятии. В качестве учебных текстов студентам предлагаются отрывки из оригинальных философских произведений. Преподаватель на практическом занятии знакомит студентов с критериями оценивания. В назначенный срок студенты сдают выполненные задания на проверку.

Промежуточный контроль в форме экзамена по дисциплине «Имиджелогия»	Экзамен проводится по результатам освоения дисциплины в целом. Во время проведения экзамена пользоваться учебниками, справочниками, конспектами лекций, тетрадями для практических занятий не разрешено. Преподаватель заблаговременно знакомит студентов с перечнем вопросов к экзамену.
---------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Методика оценки деятельности студента

Модуль	Номер раздела	Процедура оценивания	Оценка	
			Мин.	Макс.
1	1	Выступление с сообщением	2	4
		контрольная работа	6	11
		тестирование	4	7
		Упражнения	4	6
2	2	выступление с сообщением	2	4
		упражнение	4	6
		решение кейса	2	4
		проект	5	10
3	3	выступление с сообщением	2	4
		упражнения	4	6
		ситуационная задача	5	10
		решение кейса	2	4
4	4	выступление с сообщением	2	4
		упражнения	4	6
		решение кейса	2	4
		Деловая игра	5	10
			55	100

4.2. Описание процедур проведения промежуточной аттестации

Основные виды систем оценок

Европейская	100-балльная	4-балльная	Зачтено/незачтено
A	94-100	отлично	Зачтено
A-	90-94		
B+	85-89		
B	80-84	хорошо	
B-	75-79		
C+	70-74		
C	65-69	удовлетворительно	
C-	60-64		
D	55-59		

F	50-54	неудовлетворительно	Незачтено
---	-------	---------------------	-----------

Если уровень сформированности компетенций обучающегося не соответствует критериям получения оценки на основе балльно-рейтинговой системы оценивания, то обучающийся сдает экзамен, который проводится в форме собеседования по перечню теоретических вопросов. Перечень теоретических вопросов обучающиеся получают в начале семестра.