

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костина Лариса Николаевна
Должность: заместитель директора
Дата подписания: 13.01.2026 13:40:42
Уникальный программный ключ:
848621b05e7a2c59da67cc47a060a910fb948b62

Приложение 4
к образовательной программе

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Б1.В.27 Имиджелогия и самопрезентация личности

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.03.04 Государственное и муниципальное управление

(код, наименование направления подготовки/специальности)

Региональное управление и местное самоуправление

(наименование образовательной программы)

Бакалавр

(квалификация)

Очная форма обучения

(форма обучения)

Год набора – 2024

Донецк

Автор(ы)-составитель:

Фоменко Евгения Игоревна, канд. экон. наук., доцент, доцент кафедры теории управления и государственного администрирования

РАЗДЕЛ 1.
ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине (модулю) «Имиджелогия и самопрезентация личности»

1.1. Основные сведения о дисциплине (модуле)

Таблица 1

**Характеристика дисциплины (модуля)
(сведения соответствуют разделу РПД)**

Образовательная программа	бакалавриат
Направление подготовки	38.03.04 Государственное и муниципальное управление
Профиль	Региональное управление и местное самоуправление
Количество разделов дисциплины	3
Часть образовательной программы	Часть, формируемая участниками образовательных отношений
Формы текущего контроля	Доклад, устный ответ, решение ситуационных/практических заданий, контроль знаний по разделам
<i>Показатели</i>	Очная форма обучения
Количество зачетных единиц (кредитов)	3
Семестр	2
<i>Общая трудоемкость (академ. часов)</i>	108
<i>Аудиторная контактная работа:</i>	56
Лекционные занятия	18
Семинарские занятия	36
Консультации	2
<i>Самостоятельная работа</i>	48
<i>Контроль</i>	4
<i>Форма промежуточной аттестации</i>	зачет с оценкой

1.2. Перечень компетенций с указанием этапов формирования в процессе освоения образовательной программы.

Таблица 2

Перечень компетенций и их элементов

Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента
УК ОС-6: Способен выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК ОС-6.3: Реализовывать стратегию профессионального саморазвития с учетом особенностей осуществления организационных изменений	<p>Знать:</p> <p>1. Техники построения и управления персональным имиджем, методы его диагностики и оценки; методы самопрезентации личности;</p> <p>2. Техники построения и управления персональным имиджем, методы его диагностики и оценки; методы самопрезентации личности; способы формирования позитивного имиджа руководителя и методы его продвижения; теоретические основы разработки имиджа организации;</p> <p>3. Техники построения и управления персональным имиджем, методы его диагностики и оценки; методы самопрезентации личности; способы формирования позитивного имиджа</p>	УК ОС-6.3 3-1
			УК ОС-6.3 3-2
			УК ОС-6.3 3-3

Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента
		<p>руководителя и методы его продвижения; теоретические основы разработки имиджа организации; особенности организационных изменений и их влияние на профессиональное саморазвитие.</p>	
		<p>Уметь:</p> <p>1. Разрабатывать стратегии формирования и развития профессионального имиджа и производить оценку их эффективности; применять умения самопрезентации личности;</p>	УК ОС-6.3 У-1
		<p>2. Разрабатывать стратегии формирования и развития профессионального имиджа и производить оценку их эффективности; применять умения самопрезентации личности; использовать техники формирования позитивного имиджа руководителя в управлении организацией, подразделениями,</p>	УК ОС-6.3 У-2

Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента
		группами (командами) сотрудников, проектами, сетями;	
		3. Разрабатывать стратегии формирования и развития профессионального имиджа и производить оценку их эффективности; применять умения самопрезентации личности; использовать техники формирования позитивного имиджа руководителя в управлении организацией, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами, сетями; управлять собственной стратегией профессионального саморазвития при разных организационных изменениях;	УК ОС-6.3 У-3
Владеть:			
		1. Технологией разработки и управления персональным имиджем; технологией самопрезентации личности;	УК ОС-6.3 В-1
		2. Технологией разработки и управления	УК ОС-6.3 В-2

Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента
		<p>персональным имиджем; технологией самопрезентации личности; технологией формирования позитивного имиджа руководителя; навыками критической оценки его эффективности и анализа организационных изменений;</p> <p>3. Технологией разработки и управления персональным имиджем; технологией самопрезентации личности; технологией формирования позитивного имиджа руководителя; навыками критической оценки его эффективности и анализа организационных изменений; навыками реализации стратегии профессионального саморазвития.</p>	
ПКо ОС-3: Способен принимать участие в процессе реализации информационной политики, обеспечивающей формирование	ПКо ОС-3.2: Способен участвовать в формировании и поддержании позитивного имиджа государственной и муниципальной службы	<p>Знать:</p> <p>1. Сущность понятий «имидж» и «репутация», составные элементы структуры имиджа;</p> <p>2. Сущность понятий «имидж» и «репутация», составные элементы структуры имиджа и их роль в</p>	<p>УК ОС- 6.3 В-3</p> <p>ПКо ОС- 3.2 3-1</p> <p>ПКо ОС- 3.2 3-2 в</p>

Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента
доверия и укрепление позитивного восприятия имиджа государственных и муниципальных служащих на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей		различных сферах общественных отношений; 3. Сущность понятий «имидж» и «репутация», составные элементы структуры имиджа, и их роль в различных сферах общественных отношений; особенности конструирования и развития позитивного образа власти, политиков и государственных служащих.	
Уметь:			
1. Анализировать деловой имидж органа государственной и муниципальной власти, осуществлять разработку имиджа и корректировать его; исследовать индивидуальные и социальные характеристики функционирования управляющих органов и отдельных лиц;			ПКо ОС-3.2 У-1
2. Анализировать деловой имидж органа государственной и муниципальной власти, осуществлять разработку имиджа и корректировать его; исследовать			ПКо ОС-3.2 У-2

Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента
		индивидуальные и социальные характеристики функционирования управляющих органов и отдельных лиц; разрабатывать схемы и методы формирования имиджа государственной и муниципальной службы;	
3. Анализировать деловой имидж органа государственной и муниципальной власти, осуществлять разработку имиджа и корректировать его; исследовать индивидуальные и социальные характеристики функционирования управляющих органов и отдельных лиц; разрабатывать схемы и методы формирования имиджа государственной и муниципальной службы; различать приемы и специфику формирования имиджа политического лидера.			ПКо ОС-3.2 У-3
Владеть:			
1. Навыками анализа имиджа, разработки имиджевых характеристик;			ПКо ОС-3.2 В-1
2. Навыками анализа имиджа, разработки			ПКо ОС-3.2

Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента
		имиджевых характеристиках; навыками управления имиджем органов государственной и муниципальной власти, методикой планирования имиджа;	B-2
		3. Навыками анализа имиджа, разработки имиджевых характеристик; навыками управления имиджем органов государственной и муниципальной власти, методикой планирования имиджа; основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы.	ПКо ОС-3.2 B-3

Таблица 3

Этапы формирования компетенций в процессе освоения основной образовательной программы

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Номер семестра	Код индикатора компетенции	Наименование оценочного средства
Раздел 1. Имиджелогия как наука, искусство и практическая деятельность				
1.	Тема 1.1. Имидж: понятие, основные компоненты, типы, признаки	2	УК ОС-6.3 ПКо ОС-3.2-	доклад, устный ответ, решение ситуационных/практических заданий
2.	Тема 1.2. Социально-	2	УК ОС-6.3 ПКо ОС-3.2	доклад, устный ответ, решение ситуационных/

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Номер семес- тра	Код индикатора компетен- ции	Наименование оценочного средства
	психологические закономерности формирования и функционировани я имиджа			практических заданий
3.	Тема 1.3. Основные требования к имиджу организации и персональному имиджу	2	УК ОС-6.3 ПКо ОС-3.2	доклад, устный ответ, решение ситуационных/ практических заданий, контроль знаний по 1 разделу
Раздел 2. Создание персонального имиджа				
4.	Тема 2.1. Инструментарий имиджелогии. Современные коммуникативные и имиджевые технологии	2	УК ОС-6.3 ПКо ОС-3.2	доклад, устный ответ, решение ситуационных/ практических заданий
5.	Тема 2.2. Этапы формирования имиджа. Типология личности как основа для оценки имиджевой предрасположенно сти	2	УК ОС-6.3 ПКо ОС-3.2	доклад, устный ответ, решение ситуационных/ практических заданий
6.	Тема 2.3. Роль этикета в формировании имиджа. Феномен самопрезентаций	2	УК ОС-6.3 ПКо ОС-3.2	доклад, устный ответ, решение ситуационных/ практических заданий, контроль знаний по 2 разделу
Раздел 3. Управление имиджем. Технологии формирования положительного имиджа органов государственной и муниципальной власти				
7.	Тема 3.1. Образ власти как социально- политический	2	УК ОС-6.3 ПКо ОС-3.2	доклад, устный ответ, решение ситуационных/ практических заданий

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Номер семес- тра	Код индикатора компетен- ции	Наименование оценочного средства
	конструкт. Основные задачи имиджелогии органов власти			
8.	Тема 3.2. Управление имиджевыми процессами в системе государственной и муниципальной службы	в 2	УК ОС-6.3 ПКо ОС-3.2	доклад, устный ответ, решение ситуационных/ практических заданий
9.	Тема 3.3. Имидж политического лидера: приемы и специфика его формирования	2	УК ОС-6.3 ПКо ОС-3.2	доклад, устный ответ, решение ситуационных/ практических заданий, контроль знаний по 3 разделу

РАЗДЕЛ 2.

ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

«Имиджелогия и самопрезентация личности»

Текущий контроль знаний используется для оперативного и регулярного управления учебной деятельностью (в том числе самостоятельной работой) обучающихся.

В условиях балльно-рейтинговой системы контроля результаты текущего оценивания обучающегося используются как показатель его текущего рейтинга. Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение семестра, в ходе повседневной учебной работы по индивидуальной инициативе преподавателя. Данный вид контроля стимулирует у обучающегося стремление к систематической самостоятельной работе по изучению дисциплины.

Таблица 2.1.
Распределение баллов по видам учебной деятельности
(балльно-рейтинговая система)

Наименование Раздела/Темы	Вид задания						
	С3 / СР				Всего за тему	КЗР	ИЗ (НС)
	ЛЗ	УО	С3*	РЗ			
P.1.T.1.1	1	2	2	3	8	6	10
P.1.T.1.2	1	2	2	3	8		
P.1.T.1.3	1	2	2	3	8		
P.2.T.2.1	1	2	2	3	8	6	10
P.2.T.2.2	1	2	2	3	8		
P.2.T.2.3	1	2	2	3	8		
P.3.T.3.1	1	2	2	3	8	6	10
P.3.T.3.2	1	2	2	3	8		
P.3.T.3.3	1	2	2	3	8		
Итого: 100б	9	18	18	27	72	18	10

ЛЗ – лекционное занятие;

УО – устный опрос;

СР – самостоятельная работа;

С3* – ситуационное/практическое задание;

РЗ – разноуровневые задания (подготовка докладов, сообщений и презентаций к ним);

С3 – семинарское занятие;

КЗР – контроль знаний по разделу;

СР – самостоятельная работа обучающегося

ИЗ – индивидуальное задание (научная составляющая)

2.1. Оценивание устных/письменных ответов обучающихся

С целью контроля усвоения пройденного материала и определения уровня подготовленности обучающихся к изучению новой темы в начале семинарского занятия преподавателем проводится индивидуальный или фронтальный устный/письменный опрос по выполненным заданиям предыдущей темы.

Критерии оценивания устных/письменных ответов на контрольные вопросы для самоподготовки и описание шкалы оценивания представлены в табл. 2.2.

Таблица 2.2
Оценивание устных/письменных ответов на контрольные вопросы

Максимальное количество баллов	Критерии
Очная форма обучения	
2	Обучающийся: 1) полно и аргументировано отвечает по содержанию вопроса; 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры; 3) излагает материал последовательно и правильно, с соблюдением исторической и хронологической последовательности.
1	Обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, 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.

ПЕРЕЧЕНЬ КОНТРОЛЬНЫХ ВОПРОСОВ ДЛЯ САМОПОДГОТОВКИ:

Примерные вопросы для устного (письменного) опроса

РАЗДЕЛ 1. ИМИДЖЕЛОГИЯ КАК НАУКА, ИСКУССТВО И ПРАКТИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Тема 1.1. Имидж: понятие, основные компоненты, типы, признаки

1. Что такое имидж? Дайте определение понятия "имидж" в широком и узком смысле.
2. Перечислите и опишите основные компоненты имиджа. Какова роль каждого компонента в формировании общего впечатления?
3. Какие типы имиджа существуют? Приведите примеры и объясните, чем они отличаются друг от друга.
4. Назовите основные признаки имиджа. Как можно идентифицировать и оценить сформированный имидж?
5. В чем разница между истинным и желаемым имиджем? Как достичь соответствия между ними?
6. Какие факторы влияют на формирование имиджа? Как можно управлять этими факторами?
7. Какие существуют основные ошибки при формировании имиджа? Как их избежать?
8. Как связаны имидж и репутация? В чем их сходство и различие?
9. Объясните взаимосвязь имиджа с такими понятиями, как "стереотип", "предрассудок" и "первое впечатление".
10. Какие инструменты и методы используются для создания и поддержания позитивного имиджа?

Тема 1.2. Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа

1. Какие социально-психологические механизмы лежат в основе формирования имиджа?
2. Как социальное восприятие влияет на формирование имиджа?
3. Какова роль коммуникации в формировании и функционировании имиджа?
4. Как работает механизм проекции в процессе формирования имиджа?
5. Как влияет социальная идентичность на формирование имиджа личности и организации?
6. Какие психологические особенности личности влияют на восприятие имиджа?
7. Как групповые нормы и ценности влияют на формирование имиджа?
8. Как происходит процесс атрибуции в контексте восприятия имиджа?
9. Какова роль убеждений и установок в восприятии имиджа?
10. Как культурные факторы влияют на формирование и восприятие имиджа?
11. Какие психологические защиты могут искажать восприятие имиджа?

Тема 1.3. Основные требования к имиджу организации и персональному имиджу

1. Какие основные требования предъявляются к имиджу организации?
2. Как имидж организации влияет на ее конкурентоспособность и успех?
3. Какие факторы необходимо учитывать при формировании имиджа организации?
4. Какие каналы коммуникации наиболее эффективны для трансляции имиджа организации?
5. Какие существуют методы оценки эффективности имиджа организации?
6. Какие основные требования предъявляются к персональному имиджу?
7. Как персональный имидж влияет на профессиональный успех?
8. Какие компоненты персонального имиджа наиболее важны?
9. Как создать позитивный персональный имидж?
10. Как поддерживать и развивать персональный имидж?
11. Как адаптировать персональный имидж к различным ситуациям и контекстам?
12. В чем заключаются этические аспекты формирования персонального имиджа?
13. Какие существуют распространенные ошибки при формировании персонального имиджа?
14. Как персональный имидж сотрудника влияет на имидж организации?
15. Как выстроить гармоничный персональный и организационный имидж?

РАЗДЕЛ 2. СОЗДАНИЕ ПЕРСОНАЛЬНОГО ИМИДЖА

Тема 2.1. Инструментарий имиджелогии. Современные коммуникативные и имиджевые технологии

1. Определите понятие "инструментарий имиджелогии". Какие основные инструменты входят в его состав? Приведите примеры.
2. В чем заключается различие между коммуникативными и имиджевыми технологиями? Опишите их основные характеристики и области применения.
3. Какие современные коммуникативные технологии наиболее эффективны для формирования позитивного имиджа? Обоснуйте свой выбор.
4. Рассмотрите влияние цифровой среды на современные имиджевые технологии. Как изменились подходы к созданию и поддержанию имиджа в

эпоху социальных сетей и онлайн-коммуникаций?

5. Какие этические аспекты следует учитывать при использовании имиджевых технологий? Приведите примеры неэтичного использования данных технологий.

6. Проанализируйте роль визуальной коммуникации в создании имиджа. Какие элементы визуального оформления (цвет, шрифт, композиция) наиболее важны?

7. Охарактеризуйте понятие "информационная война" и ее влияние на имидж отдельных личностей и организаций. Какие инструменты и стратегии используются в информационной войне?

8. Как измерить эффективность применения коммуникативных и имиджевых технологий? Какие показатели необходимо учитывать?

9. Опишите роль сторителлинга в создании привлекательного имиджа. Какие элементы необходимо включить в эффективную историю?

10. В чем заключается роль спичрайтинга в формировании позитивного имиджа? Каковы основные принципы написания эффективной речи?

Тема 2.2. Этапы формирования имиджа. Типология личности как основа для оценки имиджевой предрасположенности

1. Определите понятие "имидж" и раскройте его структуру. Какие компоненты входят в состав имиджа?

2. Перечислите и охарактеризуйте основные этапы формирования имиджа. В чем заключается специфика каждого этапа?

3. Объясните, почему типология личности является важной основой для оценки имиджевой предрасположенности.

4. Какие основные типы личности выделяют в имиджелогии? Опишите их характеристики и потенциальные преимущества и недостатки для формирования имиджа.

5. Каким образом темперамент и характер человека влияют на его имиджевую предрасположенность? Приведите примеры.

6. Охарактеризуйте понятие "самооценка" и ее роль в формировании имиджа. Как низкая самооценка может повлиять на процесс создания имиджа?

7. Как определить сильные и слабые стороны личности для дальнейшей работы над имиджем? Какие методы можно использовать для самоанализа?

8. В чем заключается различие между "естественным" и "созданным" имиджем? В каких случаях целесообразно стремиться к созданию искусственного имиджа?

9. Как связаны ценности личности и ее имидж? Почему важно, чтобы имидж соответствовал внутренним ценностям человека?

10. Опишите понятие "имиджевый диссонанс" и причины его возникновения. Как избежать имиджевого диссонанса при формировании имиджа?

Тема 2.3. Роль этикета в формировании имиджа. Феномен самопрезентаций

1. Определите понятие "этикет" и его роль в формировании имиджа. Какие нормы этикета наиболее важны для создания позитивного впечатления?
2. Какие виды этикета существуют? Опишите их основные особенности и области применения.
3. Как деловой этикет влияет на восприятие личности в профессиональной сфере? Приведите примеры ситуаций, когда нарушение делового этикета может негативно сказаться на имидже.
4. Раскройте понятие "феномен самопрезентации". В чем заключается его сущность и основные цели?
5. Какие стратегии самопрезентации наиболее эффективны для достижения желаемого результата? Приведите примеры использования различных стратегий в разных ситуациях.
6. Как вербальные и невербальные средства коммуникации влияют на успех самопрезентации?
7. Какие ошибки чаще всего допускают люди при самопрезентации? Как избежать этих ошибок?
8. Опишите роль внешнего вида в самопрезентации. Какие элементы внешнего вида необходимо учитывать для создания желаемого впечатления?
9. Как правильно подготовиться к самопрезентации? Какие факторы следует учитывать при планировании выступления?
10. В чем заключается различие между самопрезентацией и манипуляцией? Какие этические границы необходимо соблюдать при самопрезентации?

РАЗДЕЛ 3. УПРАВЛЕНИЕ ИМИДЖЕМ. ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ИМИДЖА ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ И МУНИЦИПАЛЬНОЙ ВЛАСТИ

Тема 3.1 Образ власти как социально-политический конструкт. Основные задачи имиджелогии органов власти

1. Что такое образ власти и почему он является социально-политическим конструктом? Какие факторы влияют на его формирование?
2. В чем заключается специфика образа власти в различных политических системах (демократия, авторитаризм и т.д.)? Приведите примеры.
3. Каковы основные элементы, формирующие образ власти (например, символика, ритуалы, коммуникация)?
4. Определите ключевые задачи имиджелогии органов власти. В чем их значимость для эффективного функционирования государства?
5. Как связаны легитимность власти и ее имидж? Может ли сильный

имидж компенсировать недостаток легитимности?

6. Какие существуют модели (подходы) к формированию образа власти? Охарактеризуйте их основные положения.

7. Какие каналы коммуникации наиболее эффективны для трансляции образа власти? Приведите примеры успешных и неудачных коммуникационных стратегий.

8. Как исторический контекст влияет на формирование образа власти? Можете ли вы привести примеры из истории?

9. Каковы основные угрозы для позитивного имиджа органов власти? Как их можно предотвратить или минимизировать?

10. В чем состоит роль средств массовой информации в формировании образа власти? Каковы этические аспекты их работы?

Тема 3.2. Управление имиджевыми процессами в системе государственной и муниципальной службы

1. Что такое имиджевые процессы в системе государственной и муниципальной службы? Какие этапы они включают?

2. Кто является целевой аудиторией для имиджевых усилий в системе государственной и муниципальной службы? Каковы их ожидания и потребности?

3. Какие инструменты и методы используются для управления имиджевыми процессами в системе государственной и муниципальной службы?

4. Какова роль первого лица (руководителя) в формировании имиджа организации (органа власти)?

5. Как внутренний имидж организации влияет на внешний имидж? Какие меры необходимо предпринять для создания позитивного внутреннего имиджа?

6. Каковы основные направления работы по формированию позитивного имиджа государственного и муниципального служащего?

7. Какие существуют кодексы этики и служебного поведения для государственных и муниципальных служащих? Как они связаны с формированием имиджа?

8. Как оценить эффективность управления имиджевыми процессами в системе государственной и муниципальной службы? Какие критерии и показатели можно использовать?

9. Какие существуют риски и ограничения при управлении имиджевыми процессами в системе государственной и муниципальной службы?

10. Приведите примеры успешных и неудачных кейсов управления имиджевыми процессами в системе государственной и муниципальной службы.

Тема 3.3. Имидж политического лидера: приемы и специфика его формирования

1. Что такое имидж политического лидера? Чем он отличается от имиджа руководителя организации или компании?
2. Какие компоненты составляют имидж политического лидера (например, личностные качества, профессиональные навыки, внешний вид, риторика)?
3. Какие существуют типы (модели) политических лидеров? Как тип лидера влияет на стратегию формирования его имиджа?
4. Каковы основные приемы и технологии формирования имиджа политического лидера (например, создание легенды, работа с символами, использование юмора)?
5. В чем заключается роль СМИ в формировании имиджа политического лидера? Как лидер может эффективно взаимодействовать со СМИ?
6. Как политический контекст влияет на формирование имиджа лидера? Как лидер должен адаптировать свой имидж к изменяющимся условиям?
7. Каковы этические аспекты формирования имиджа политического лидера? Где проходит граница между созданием позитивного образа и манипуляцией общественным мнением?
8. Как современные технологии (социальные сети, онлайн-платформы) влияют на формирование имиджа политического лидера?
9. Как измерить и оценить эффективность имиджевых усилий политического лидера? Какие показатели можно использовать?
10. Приведите примеры успешных и неудачных кейсов формирования имиджа политического лидера в различных странах и исторических периодах. Проанализируйте факторы успеха и неудачи.

2.2. Оценивание решения ситуационных и практических задач обучающимися

Решение ситуационных и практических задач позволяет обучающимся осваивать интеллектуальные операции последовательно в процессе работы с информацией; достигается дифференциация обучения, формирования компонентов содержания высшего образования.

Критерии оценивания решения ситуационных/практических заданий и описание шкалы оценивания представлены в табл. 2.3.

Таблица 2.3
Оценивание решений ситуационных/практических заданий

Максимальное количество баллов	Критерии
Очная форма обучения	
2	Обучающийся правильно решил задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагал свое решение, используя понятия профессиональной сферы.
1	Обучающийся в основном решил задачу, допустил несущественные ошибки, не смог аргументировать.

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ СИТУАЦИОННЫХ/ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ

РАЗДЕЛ 1. ИМИДЖЕЛОГИЯ КАК НАУКА, ИСКУССТВО И ПРАКТИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Тема 1.1. Имидж: понятие, основные компоненты, типы, признаки

Анализ медийного имиджа: Выберите известную личность (политик, артист, бизнесмен) и проведите анализ ее имиджа. Определите основные компоненты имиджа (визуальный, вербальный, невербальный, контекстуальный). Какие типы имиджа (позитивный, негативный, нейтральный) преобладают? Какие признаки имиджа (аутентичность, целостность, соответствие, привлекательность) наиболее выражены?

Создание идеального имиджа: Разработайте концепцию идеального имиджа для себя или для вымышленного персонажа. Опишите цели создания имиджа, целевую аудиторию, основные компоненты и признаки, которые необходимо учитывать. Обоснуйте свой выбор.

Коррекция имиджа: Опишите ситуацию, в которой имидж человека или организации был негативно воспринят общественностью. Предложите конкретные меры по коррекции имиджа, учитывая основные компоненты и признаки.

Классификация имиджей: Приведите примеры различных типов имиджей (зеркальный, текущий, желаемый, корпоративный, персональный и т.д.) и объясните их особенности и различия.

Дискуссия: Организуйте дискуссию на тему: "Влияние социальных

сетей на формирование и восприятие имиджа". Обсудите положительные и отрицательные стороны, возможности и риски.

Тема 1.2. Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа

Моделирование первого впечатления: Проведите ролевую игру, в которой участники должны произвести первое впечатление на аудиторию в различных ситуациях (собеседование, презентация, знакомство). Проанализируйте, какие факторы оказывают наибольшее влияние на формирование первого впечатления.

Влияние стереотипов на восприятие имиджа: Изучите влияние стереотипов на восприятие имиджа различных социальных групп (по полу, возрасту, национальности, профессии). Приведите примеры и предложите способы преодоления негативных стереотипов.

Психологические механизмы формирования имиджа: Объясните, как работают основные психологические механизмы (идентификация, проекция, заражение, внушение) в процессе формирования и восприятия имиджа. Приведите примеры из реальной жизни.

Анализ целевой аудитории: Выберите конкретный продукт или услугу и проведите анализ целевой аудитории с точки зрения ее ценностей, потребностей и предпочтений. Как эта информация может быть использована для создания эффективного имиджа продукта/услуги?

Эксперимент по влиянию атрибуции: Проведите небольшой эксперимент, в котором участники оценивают человека по его действиям, зная или не зная о контексте ситуации. Оцените, как атрибуция влияет на восприятие имиджа человека.

Тема 1.3. Основные требования к имиджу организации и персональному имиджу

Аудит имиджа организации: Выберите конкретную организацию и проведите аудит ее имиджа. Оцените соответствие имиджа миссии, ценностям и стратегическим целям организации. Предложите рекомендации по улучшению имиджа.

Разработка кодекса внешнего вида: Разработайте кодекс внешнего вида для сотрудников определенной организации (например, банка, ресторана, ИТ-компании). Обоснуйте выбор элементов одежды, прически, макияжа и других аспектов внешнего вида.

Самопрезентация на собеседовании: Подготовьте самопрезентацию для собеседования на конкретную должность. Учитывайте требования к имиджу професионала в данной сфере. Отработайте навыки вербальной и невербальной коммуникации.

Кейс-стади: Кризис имиджа организации: Изучите кейс-стади, описывающий кризис имиджа конкретной организации. Проанализируйте причины кризиса, действия организации по его преодолению и результаты. Предложите альтернативные стратегии выхода из кризиса.

РАЗДЕЛ 2. СОЗДАНИЕ ПЕРСОНАЛЬНОГО ИМИДЖА

Тема 2.1. Инструментарий имиджелогии. Современные коммуникативные и имиджевые технологии

Анализ рекламной кампании: Выберите любую рекламную кампанию (печатную, телевизионную, интернет) и проведите ее имиджевый анализ. Оцените, какие инструменты имиджелогии использованы, насколько они эффективны для целевой аудитории и соответствуют ли заявленному имиджу бренда. Предложите способы улучшения имиджевой составляющей кампании.

Создание имиджевой концепции: Разработайте имиджевую концепцию для конкретного человека (например, для политика, спортсмена, артиста) или организации (компании, учебного заведения, общественной организации). Опишите целевую аудиторию, ключевые сообщения, визуальные элементы и каналы коммуникации, которые будут использованы для формирования желаемого имиджа.

Разработка антикризисной PR-стратегии: Опишите ситуацию, когда компания или публичная личность столкнулась с кризисом репутации. Разработайте антикризисную PR-стратегию, включающую в себя план действий по восстановлению имиджа, коммуникацию с заинтересованными сторонами (СМИ, общественность, сотрудники) и меры по предотвращению подобных ситуаций в будущем.

Коммуникативный аудит: Проведите коммуникативный аудит конкретной организации. Оцените эффективность внутренних и внешних коммуникаций, выявите сильные и слабые стороны, определите возможности для улучшения коммуникационной стратегии и повышения ее влияния на имидж организации.

Деловая игра "Имидж-мейкер": Участники делятся на команды, каждой из которых предоставляется задание по формированию имиджа конкретного объекта (персонажа, компании, продукта). Команды разрабатывают

стратегию, выбирают инструменты и представляют свой проект, обосновывая принятые решения.

Тема 2.2. Этапы формирования имиджа. Типология личности как основа для оценки имиджевой предрасположенности

Самоанализ и определение имиджевой предрасположенности: Проведите самоанализ личности, используя различные типологии (например, MBTI, соционика, типология темпераментов). Определите свои сильные и слабые стороны с точки зрения формирования имиджа, а также области, в которых необходимо усовершенствоваться.

Построение персонального бренда: Разработайте план построения персонального бренда, основываясь на своих личностных качествах, профессиональных навыках и целях. Определите целевую аудиторию, ключевые сообщения, каналы коммуникации и инструменты самопрезентации.

Анализ успешных имиджей: Выберите несколько примеров успешных имиджей известных личностей или брендов. Проанализируйте, какие этапы формирования имиджа были пройдены, какие факторы повлияли на успех и какие уроки можно извлечь для построения собственного имиджа.

Ролевая игра "Собеседование": Участники разыгрывают сцену собеседования, где один выступает в роли соискателя, а другой – в роли работодателя. Соискатель должен продемонстрировать свои навыки самопрезентации и сформировать положительный имидж, соответствующий требованиям вакансии.

Разработка стратегии имиджевого позиционирования: Разработайте стратегию имиджевого позиционирования для себя как для специалиста в определенной области. Определите уникальное торговое предложение (УТП), целевую аудиторию, каналы продвижения и методы формирования имиджа эксперта.

Тема 2.3. Роль этикета в формировании имиджа. Феномен самопрезентаций

Анализ ситуаций нарушения этикета: Опишите несколько ситуаций, в которых было нарушено правило этикета (например, деловые переговоры, светское мероприятие, онлайн-конференция). Проанализируйте, какое влияние это оказало на имидж участников и как можно было избежать негативных последствий.

Составление сценария самопрезентации: Разработайте сценарий

самопрезентации для конкретной ситуации (например, выступление на конференции, знакомство с новым клиентом, презентация проекта). Учитывайте правила этикета, особенности аудитории и цели самопрезентации.

Деловая игра "Деловые переговоры": Участники делятся на команды и проводят деловые переговоры по заранее определенному сценарию. Оценивается соблюдение правил делового этикета, навыки ведения переговоров, самопрезентации и достижения поставленных целей.

Анализ видеороликов самопрезентаций: Проанализируйте несколько видеороликов самопрезентаций, доступных в интернете (например, выступления на TED, Elevator Pitch). Оцените эффективность самопрезентации, обращая внимание на содержание, структуру, язык тела, визуальное оформление и соблюдение правил этикета.

Практическое задание "Публичное выступление": Каждый участник должен подготовить и провести короткое публичное выступление на заданную тему. Оценивается структура выступления, содержание, уверенность, грамотность речи, визуальный контакт с аудиторией и соблюдение правил этикета. Особое внимание уделяется умению произвести благоприятное впечатление и сформировать позитивный имидж.

РАЗДЕЛ 3. УПРАВЛЕНИЕ ИМИДЖЕМ. ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ИМИДЖА ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ И МУНИЦИПАЛЬНОЙ ВЛАСТИ

Тема 3.1. Образ власти как социально-политический конструкт. Основные задачи имиджологии органов власти

Анализ новостной статьи: Выберите новостную статью, освещющую деятельность конкретного органа власти (например, городского совета, министерства). Проанализируйте, какие имиджевые инструменты используются в статье для формирования определенного образа власти. Определите, какие аспекты деятельности органа власти подчеркиваются, а какие умалчиваются. Сделайте вывод о том, насколько эффективно, на ваш взгляд, формируется позитивный образ власти.

Разработка пресс-релиза: Орган власти принял решение о реализации социально значимого проекта (например, строительство нового парка, поддержка малого бизнеса). Составьте пресс-релиз, который наилучшим образом представит данную инициативу общественности, подчеркнув ее важность и положительное влияние на жизнь граждан. Акцентируйте внимание на прозрачности процесса и участии населения в принятии решений.

Кейс-стади: Кризисная ситуация: Представьте, что в городе произошла техногенная авария, ответственность за которую лежит на определенном органе власти. Разработайте план коммуникационной стратегии для минимизации негативных последствий для имиджа органа власти. План должен включать в себя: определение целевой аудитории, выбор каналов коммуникации, формирование ключевых сообщений, антикризисные меры.

Дискуссия: Организуйте дискуссию на тему: "Роль социальных сетей в формировании образа власти". Рассмотрите как положительные, так и отрицательные аспекты использования социальных сетей органами власти. Обсудите этические аспекты присутствия власти в онлайн-пространстве.

Практическое задание: Аудит имиджа: Проведите аудит имиджа выбранного органа власти на основе открытых источников (СМИ, социальные сети, официальный сайт). Определите сильные и слабые стороны текущего имиджа. Сформулируйте рекомендации по улучшению имиджа.

Тема 3.2. Управление имиджевыми процессами в системе государственной и муниципальной службы

Ролевая игра: Прием граждан: Разыграйте ситуацию приема граждан государственным служащим. Один студент исполняет роль служащего, другой – роль посетителя с проблемным вопросом. Оцените навыки коммуникации, умение разрешать конфликтные ситуации, соблюдение этики служебного поведения.

Разработка кодекса корпоративной этики: Разработайте проект кодекса корпоративной этики для конкретного государственного учреждения. Кодекс должен включать в себя правила поведения сотрудников в различных ситуациях, нормы общения с гражданами и коллегами, требования к внешнему виду и манерам.

Анализ случаев из практики: Представьте несколько реальных или вымышленных случаев нарушения этики и правил поведения государственными служащими. Проанализируйте причины возникновения этих ситуаций и предложите меры по их предотвращению в будущем.

Кейс-стади: Улучшение имиджа учреждения: Определенное государственное учреждение испытывает проблемы с имиджем из-за негативных отзывов граждан. Разработайте комплекс мер по улучшению имиджа учреждения, включающий в себя: обучение персонала, изменение системы работы с обращениями граждан, улучшение информационного обеспечения.

Практическое задание: Самопрезентация: Подготовьте презентацию, в

которой представите себя как идеального кандидата на должность государственного служащего. Акцентируйте внимание на своих профессиональных навыках, личностных качествах, мотивации к работе на государственной службе.

Тема 3.3. Имидж политического лидера: приемы и специфика его формирования

Анализ выступлений: Выберите выступления нескольких политических лидеров. Проанализируйте их риторику, невербальную коммуникацию, стиль одежды, манеру поведения. Определите, какие приемы используются для создания определенного имиджа.

Разработка предвыборной кампании: Разработайте концепцию предвыборной кампании для кандидата в депутаты. Определите целевую аудиторию, ключевые сообщения, каналы коммуникации. Создайте слоган и логотип кампании. Спланируйте мероприятия, направленные на формирование положительного имиджа кандидата.

Кейс-стади: Кризис имиджа: Политический лидер оказался в центре скандала. Разработайте план антикризисных мер для минимизации негативных последствий для его имиджа. План должен включать в себя: определение основных проблемных зон, разработку стратегии коммуникации с общественностью, организацию пресс-конференции, взаимодействие со СМИ.

Дебаты: Организуйте дебаты между студентами, представляющими разных политических лидеров. Студенты должны продемонстрировать умение отстаивать свою позицию, эффективно использовать риторические приемы, управлять своими эмоциями.

Практическое задание: Создание имиджа: Создайте имидж политического лидера, представляющего определенную идеологию и политическую силу. Опишите его внешний вид, манеру поведения, стиль речи, ценности и убеждения. Определите, какие проблемы он намерен решать и каким образом.

2.3. Оценивание разноуровневых заданий (подготовка докладов, сообщений и презентаций к ним);

Одной из форм проведения семинарских занятий является подготовка обучающимися докладов, сообщений или презентаций, согласно перечню предложенных тем.

Критерии оценивания обучающихся (докладов, сообщений) и описание шкалы оценивания представлены в табл. 2.4.

Таблица 2.4
Оценивание докладов, сообщений обучающихся

Максимальное количество баллов Очная форма обучения	Критерии
3	Доклад содержит полную информацию по представляющей теме, основанную на обязательных литературных источниках и современных публикациях; выступление сопровождается качественным демонстрационным материалом (слайд-презентация, раздаточный материал); выступающий свободно владеет содержанием, ясно и грамотно излагает материал; свободно и корректно отвечает на вопросы и замечания аудитории; точно укладывается в рамки регламента (7 минут).
2	Выступающий ясно и грамотно излагает материал; аргументировано отвечает на вопросы и замечания аудитории, однако выступающим допущены незначительные ошибки в изложении материала и ответах на вопросы.
1	Обучающийся демонстрирует поверхностные знания по выбранной теме, имеет затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии курса; отсутствует сопроводительный демонстрационный материал.

ПЕРЕЧЕНЬ ТЕМ ДОКЛАДОВ, СООБЩЕНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

РАЗДЕЛ 1. ИМИДЖЕЛОГИЯ КАК НАУКА, ИСКУССТВО И ПРАКТИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Тема 1.1. Имидж: понятие, основные компоненты, типы, признаки

1. Имидж как социальный конструкт: определение, структура, функции.

2. Основные компоненты имиджа: внешний вид, вербальное и невербальное поведение, профессиональные качества, личностные характеристики.

3. Типология имиджа: идеальный, зеркальный, текущий, корпоративный, персональный и др. Критерии классификации.

4. Признаки эффективного имиджа: аутентичность, релевантность, устойчивость, запоминаемость.

5. Имидж и репутация: взаимосвязь и отличия. Роль восприятия в формировании имиджа.

Тема 1.2. Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа

1. Механизмы восприятия и формирования впечатления: стереотипы, эффекты ореола, первичности и новизны.
2. Социальная перцепция: роль социального контекста в восприятии имиджа.
3. Влияние социальных установок и ценностей на формирование имиджа.
4. Имидж как инструмент социального влияния и убеждения.
5. Психологические аспекты самопрезентации: мотивы, стратегии, техники.
6. Обратная связь и корректировка имиджа: роль самоанализа и внешнего оценивания.

Тема 1.3. Основные требования к имиджу организации и персональному имиджу

1. Имидж организации: цели, задачи, этапы формирования.
2. Составляющие имиджа организации: визуальная идентификация, корпоративная культура, коммуникационная стратегия, социальная ответственность.
3. Требования к имиджу организации: соответствие миссии и ценностям, привлекательность для целевой аудитории, уникальность, устойчивость.
4. Персональный имидж: профессиональный и личный аспекты.
5. Требования к персональному имиджу: соответствие профессиональной роли, адекватность ситуации, аутентичность, позитивное впечатление.
6. Этика и ответственность в формировании имиджа: манипуляции и аутентичность.
7. Роль саморазвития и непрерывного обучения в поддержании актуального имиджа.

РАЗДЕЛ 2. СОЗДАНИЕ ПЕРСОНАЛЬНОГО ИМИДЖА

Тема 2.1. Инструментарий имиджелогии. Современные коммуникативные и имиджевые технологии

1. Анализ целевой аудитории и ее восприятия.
2. Разработка ключевых сообщений и позиционирования.
3. Использование визуальных и вербальных средств коммуникации.
4. Мониторинг и оценка эффективности имиджевых кампаний.
5. Роль социальных медиа и онлайн-платформ.
6. Использование контент-маркетинга для создания привлекательного образа.
7. Применение инструментов PR и медиа-коммуникаций.
8. Особенности коммуникации в цифровой среде.

9. Спичрайтинг и искусство публичных выступлений.
10. Визуальный брэндинг: создание логотипа, фирменного стиля и корпоративного дизайна.
11. Имидж-консалтинг: разработка индивидуального и корпоративного имиджа.
12. Нейромаркетинг и психология восприятия в имиджелогии.
13. Анализ примеров создания сильного имиджа известных личностей.
14. Разбор успешных PR-кампаний и ребрендинга компаний.
15. Изучение кейсов использования социальных медиа для укрепления имиджа.

Тема 2.2. Этапы формирования имиджа. Типология личности как основа для оценки имиджевой предрасположенности

1. Определение целей и задач имиджа.
2. Анализ текущего имиджа и его соответствия целям.
3. Разработка стратегии формирования желаемого имиджа.
4. Реализация стратегии и мониторинг результатов.
5. Корректировка стратегии при необходимости.
6. Обзор основных типологий личности (например, типология Майерс-Бриггс, соционика).
7. Анализ влияния личностных характеристик на восприятие окружающими.
8. Выявление сильных и слабых сторон личности с точки зрения имиджа.
9. Разработка рекомендаций по формированию имиджа с учетом типа личности.
10. Имиджевая предрасположенность: как ее оценить?
11. Методы оценки имиджевой предрасположенности (тестирование, интервью, анализ поведения).
12. Факторы, влияющие на имиджевую предрасположенность (темперамент, характер, ценности).
13. Разработка индивидуальной программы развития имиджа.
14. Роль самосознания и самооценки в формировании имиджа.
15. Влияние убеждений и ценностей на поведение и восприятие.
16. Гармонизация внутреннего и внешнего имиджа для достижения успеха.

Тема 2.3. Роль этикета в формировании имиджа. Феномен самопрезентаций

1. Деловой этикет: правила поведения в деловой среде.
2. Речевой этикет: культура общения и правила вежливости.
3. Внешний вид и дресс-код: соответствие ситуации и создание благоприятного впечатления.
4. Этикет в социальных сетях и онлайн-коммуникациях.
5. Роль этикета в различных ситуациях:

- На деловых встречах и переговорах.
- Во время публичных выступлений и презентаций.
- При общении с коллегами и подчиненными.
- В неформальной обстановке (корпоративные мероприятия, отдых).
- 6. Основные элементы самопрезентации (внешний вид, речь, поведение).
- 7. Вербальные и невербальные средства самопрезентации.
- 8. Создание позитивного первого впечатления.
- 9. Самопрезентация в различных ситуациях (собеседование, выступление, знакомство).
- 10. Особенности самопрезентации в социальных сетях и онлайн-пространстве.
- 11. Создание личного бренда в интернете.
- 12. Инструменты и методы продвижения себя в онлайн-среде.
- 13. Риски и возможности самопрезентации в интернете.

РАЗДЕЛ 3. УПРАВЛЕНИЕ ИМИДЖЕМ. ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ИМИДЖА ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ И МУНИЦИПАЛЬНОЙ ВЛАСТИ

Тема 3.1. Образ власти как социально-политический конструкт. Основные задачи имиджелогии органов власти

- 1. Власть как объект имиджевого конструирования: Исторические трансформации представлений о власти и их отражение в имиджевых стратегиях.
- 2. Социально-психологические основы восприятия власти: Факторы, влияющие на формирование общественного мнения о власти.
- 3. Имидж власти в контексте политической культуры: Специфика восприятия власти в различных политических системах.
- 4. Основные компоненты имиджа органов власти: Профессионализм, компетентность, открытость, доступность, справедливость.
- 5. Имиджевая политика органов власти: Цели, задачи, принципы и инструменты.
- 6. Взаимодействие органов власти со СМИ и общественностью: Стратегии формирования позитивного имиджа.
- 7. Роль имиджелогии в повышении доверия к власти: Практические кейсы и успешные примеры.
- 8. Критика и деконструкция образа власти: Анализ негативных аспектов имиджа и стратегии их преодоления.
- 9. Этикет и протокол как элементы формирования имиджа власти: Значение внешнего вида и поведения представителей власти.
- 10. Коммуникационные стратегии органов власти в условиях кризиса: Управление репутацией и восстановление доверия.

Тема 3.2. Управление имиджевыми процессами в системе государственной и муниципальной службы

1. Имидж государственного и муниципального служащего: Профессиональные и личностные качества.
2. Этика и профессионализм в государственной и муниципальной службе: Основа для формирования позитивного имиджа.
3. Роль руководителя в формировании имиджа организации: Личный пример и создание благоприятной атмосферы.
4. Внутренний PR в системе государственной и муниципальной службы: Повышение лояльности и мотивации сотрудников.
5. Инструменты формирования имиджа организации: Корпоративная культура, визуальная идентичность, коммуникационные стратегии.
6. Работа с обращениями граждан: Эффективные механизмы взаимодействия и повышения доверенности.
7. Использование социальных сетей в формировании имиджа организации: Возможности и риски.
8. Мониторинг и анализ общественного мнения: Оценка эффективности имиджевой политики.
9. Обучение персонала навыкам самопрезентации и эффективной коммуникации: Инвестиции в человеческий капитал.
10. Разработка и реализация имиджевых программ и проектов: Практические шаги по улучшению имиджа организации.

Тема 3.3. Имидж политического лидера: приемы и специфика его формирования

1. Политический лидер как бренд: Формирование уникального образа и позиционирование.
2. Верbalные и неверbalные компоненты имиджа политического лидера: Речь, жесты, мимика, внешний вид.
3. Харизма как фактор влияния: Природа харизмы и способы ее развития.
4. Имидж политического лидера в различных социокультурных контекстах: Адаптация к целевой аудитории.
5. Роль СМИ в формировании имиджа политического лидера: Стратегии взаимодействия и манипуляции.
6. Использование политических технологий в формировании имиджа: Спичрайтинг, политическая реклама, PR.
7. Кризисные ситуации и управление репутацией политического лидера: Стратегии реагирования и восстановления доверия.
8. Влияние социальных сетей на имидж политического лидера: Прямое общение с избирателями и формирование онлайн-репутации.
9. Эволюция имиджа политического лидера: Адаптация к изменяющимся условиям и потребностям общества.

10. Этические аспекты формирования имиджа политического лидера:
Социальная ответственность и моральные принципы.

2.4. Оценивание результатов текущего контроля по разделам

В завершении изучения каждого раздела дисциплины проводится контрольная работа.

Критерии оценивания обучающихся и описание шкалы оценивания представлены в табл. 2.5.

Таблица 2.5

Оценивание результатов контрольной работы обучающихся по
разделам дисциплины

Максимальное количество баллов	Критерии
Очная форма обучения	
6	ставится, если обучающийся выполнил все контрольные задания и даны ответы на все контрольные вопросы. Ошибки не допускаются.
4-5	в достаточно полном объеме даны ответы на все поставленные контрольные вопросы и задания. Допускается 1-2 ошибки
2-3	в неполном объеме даны ответы на все поставленные контрольные вопросы и задания. Обучающийся не понимает суть поставленных контрольных вопросов и заданий. Допускается 3 ошибки
1	обучающийся правильно ответил только на 1-2 контрольных вопроса и задания

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ КОНТРОЛЬНЫХ ВОПРОСОВ

РАЗДЕЛ 1. ИМИДЖЕЛОГИЯ КАК НАУКА, ИСКУССТВО И ПРАКТИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

1. Определите предмет, объект и задачи имиджелогии как научной дисциплины. В чем ее отличие от смежных дисциплин, таких как психология, социология, PR?

2. Раскройте основные этапы становления и развития имиджелогии. Назовите ключевых исследователей, внесших вклад в формирование данной области знаний.

3. Охарактеризуйте основные функции имиджа. Как имидж влияет на восприятие личности и ее взаимодействие с окружающим миром?

4. Определите структуру имиджа. Какие компоненты составляют имидж личности, организации, товара или услуги?

5. В чем состоит различие между понятиями "имидж", "репутация" и

"образ"? Какова взаимосвязь между этими понятиями?

6. Определите основные принципы построения эффективного имиджа. Какие факторы необходимо учитывать при формировании имиджа?

7. Раскройте роль имиджа в различных сферах деятельности: политике, бизнесе, образовании, искусстве. Приведите примеры успешного и неудачного использования имиджа.

8. Какие методы исследования используются в имиджелогии? Охарактеризуйте преимущества и недостатки различных методов.

9. Объясните связь имиджелогии с этикой и моралью. Какие этические проблемы возникают в процессе формирования имиджа?

10. Оцените роль имиджа в современном обществе. Каково влияние имиджа на социальные процессы и индивидуальное развитие?

11. Рассмотрите имиджелогию как искусство. Каким образом творческий подход влияет на создание уникального и запоминающегося имиджа?

12. Проанализируйте имиджелогию с точки зрения практической деятельности. Какие конкретные шаги необходимо предпринять для создания и управления имиджем?

РАЗДЕЛ 2. СОЗДАНИЕ ПЕРСОНАЛЬНОГО ИМИДЖА

1. Определите понятие "персональный имидж". В чем заключается его отличие от других видов имиджа?

2. Охарактеризуйте основные этапы создания персонального имиджа. Какие факторы необходимо учитывать на каждом этапе?

3. Раскройте роль самооценки и самоидентификации в формировании персонального имиджа. Как адекватно оценить свои сильные и слабые стороны?

4. Определите ключевые компоненты персонального имиджа: внешний вид, поведение, коммуникативные навыки, ценности и убеждения.

5. Раскройте влияние неверbalной коммуникации на формирование персонального имиджа. Какие невербальные сигналы необходимо контролировать?

6. Объясните роль первого впечатления в формировании персонального имиджа. Как произвести благоприятное первое впечатление?

7. Какие существуют типы личности и как они влияют на формирование персонального имиджа?

8. Раскройте роль стиля в создании персонального имиджа. Как выбрать стиль, соответствующий личности и целям?

9. Определите понятие "самопрезентация". Какие существуют техники и стратегии самопрезентации?

10. Объясните важность навыков эффективной коммуникации для успешной самопрезентации. Как установить контакт с аудиторией и удерживать ее внимание?

11. Рассмотрите роль социальных сетей в формировании

персонального имиджа. Как создать и поддерживать положительный имидж в онлайн-пространстве?

12. Проанализируйте роль личного бренда в создании персонального имиджа. Как создать и продвигать свой личный бренд?

13. Объясните важность непрерывного самосовершенствования для поддержания положительного персонального имиджа.

РАЗДЕЛ 3. УПРАВЛЕНИЕ ИМИДЖЕМ. ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ИМИДЖА ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ И МУНИЦИПАЛЬНОЙ ВЛАСТИ

1. Определите понятие "управление имиджем". В чем заключается его отличие от простого создания имиджа?

2. Раскройте основные этапы управления имиджем. Какие инструменты и технологии используются на каждом этапе?

3. Определите цели и задачи управления имиджем. Как определить, является ли имидж эффективным?

4. Охарактеризуйте основные факторы, влияющие на формирование имиджа органов государственной и муниципальной власти.

5. Раскройте роль коммуникационной политики в формировании положительного имиджа органов власти. Какие каналы коммуникации являются наиболее эффективными?

6. Объясните роль СМИ в формировании имиджа органов власти. Как построить эффективные отношения со СМИ?

7. Какие существуют стратегии работы с негативной информацией и кризисными ситуациями? Как минимизировать ущерб для имиджа?

8. Раскройте роль социальных сетей в формировании имиджа органов власти. Как использовать социальные сети для взаимодействия с гражданами?

9. Определите роль внутриорганизационной культуры в формировании имиджа органов власти. Как создать позитивную атмосферу внутри организации?

10. Охарактеризуйте роль сотрудников органов власти в формировании имиджа организации. Как повысить лояльность сотрудников к организации?

11. Раскройте роль обратной связи от граждан в управлении имиджем органов власти. Как учитывать мнение граждан при принятии решений?

12. Определите понятие "социальная ответственность" органов власти. Как социальная ответственность влияет на имидж организации?

13. Проанализируйте примеры успешного и неудачного управления имиджем органов государственной и муниципальной власти.

14. Оцените эффективность использования различных технологий формирования положительного имиджа органов власти.

2.5. Оценивание индивидуальной работы обучающихся

Критерии оценивания научной составляющей. К общим критериям

оценивания научной составляющей (научной статьи, тезисов доклада) относятся следующие: уровень постановки исследовательской проблемы; актуальность и оригинальность темы работы, ее практическая и/или теоретическая значимость; логичность доказательства (рассуждения); корректность в использовании литературных источников; количество проанализированных источников литературы по теме; глубина исследования; соответствие оформления работы общепринятым требованиям для научных трудов.

Таблица 2.6

Оценивание научной составляющей

Максимальное количество баллов		Критерии
Научная статья	Тезисы доклада	
8-10	4-5	<p>Выставляется обучающемуся, если работа исследовательская, полностью посвящена решению одной научной проблемы, пусть не глобального плана, но сформулированной самостоятельно. Тема малоизученная, практически не имеющая описания, для раскрытия которой требуется самостоятельно делать многие выводы, сопоставляя точки зрения из соседних областей исследования. Цель реализована последовательно, сделаны необходимые выкладки, нет несущественной информации, перегружающей текст ненужными подробностями. Текст содержит все необходимые ссылки на авторов в тех случаях, когда даётся информация принципиального содержания (определения, описания, обобщения, характеристика, мнение, оценка т.д.), при этом автор умело использует чужое мнение при аргументации своей точки зрения, обращаясь к авторитетному источнику.</p> <p>Список литературы охватывает все основные источники по данной теме, доступные обучающемуся. Рассмотрение проблемы строится на достаточно глубоком содержательном уровне. Работа имеет чёткую структуру, обусловленную логикой темы, правильно оформленный список литературы, корректно сделанные ссылки и содержание.</p>
5-7	2-3	Выставляется обучающемуся, если работа

		<p>частично поисковая – в работе есть проблемы, которые имеют частный характер (не отражающие тему в целом, а касающиеся только каких-то её аспектов). Тема с достаточным количеством «белых пятен», либо проблема поставлена достаточно оригинально, вследствие чего тема открывается с неожиданной стороны. В работе либо упущены некоторые важные аргументы, либо есть несущественная информация, перегружающая текст ненужными подробностями, но в целом логика есть. Текст содержит наиболее необходимые ссылки на авторов в тех случаях, когда делается информация принципиального содержания (определения, обобщения, описания, характеристика, мнение, оценка и т.д.). Список литературы имеет несколько источников, но упущенны некоторые важные аспекты рассматриваемой проблемы. Рассмотрение проблемы строится на содержательном уровне, но глубина рассмотрения относительна. Работа в общем соответствует требованиям, но имеет некоторые недочёты, либо одно из требований не выполняется.</p>
1-5	1	<p>Выставляется обучающемуся, если работа в целом репродуктивна, но сделаны неплохие самостоятельные обобщения. Тема изученная, но в ней появились «белые пятна» вследствие новых данных, либо тема относительно малоизвестная, но проблема «искусственная», не представляющая истинного интереса для науки. В работе можно отметить некоторую логичность в выстраивании информации, но целостности нет. Противоречий нет, но ссылок либо практически нет, либо они делаются редко, далеко не во всех необходимых случаях. Список литературы представлен 1-2 источниками. Работа строится на основе одного серьёзного источника, остальные – популярная литература, используемая как иллюстрация.</p>

ПЕРЕЧЕНЬ РЕКОМЕНДОВАННЫХ НАПРАВЛЕНИЙ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ (НАУЧНОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ:

I. Теоретико-методологические основы имиджелогии и самопрезентации:

1. История развития имиджелогии как науки: Анализ эволюции представлений об имидже, начиная с античности и заканчивая современностью. Исследование вклада ключевых фигур и концепций в становление имиджелогии как самостоятельной дисциплины.

2. Современные концепции имиджа: Критический обзор различных теоретических подходов к пониманию имиджа (психологический, социологический, семиотический и др.). Сравнительный анализ сильных и слабых сторон различных моделей.

3. Самопрезентация как коммуникативная стратегия: Изучение механизмов и техник самопрезентации в различных контекстах (личностном, профессиональном, публичном). Анализ влияния культурных и социальных факторов на стратегии самопрезентации.

4. Этика имиджа и самопрезентации: Исследование моральных аспектов формирования и продвижения имиджа. Разработка принципов этичного использования техник самопрезентации.

II. Имидж и самопрезентация в различных сферах деятельности:

1. Имидж политика и политическая коммуникация: Анализ влияния имиджа на электоральные предпочтения и политическую карьеру. Исследование роли СМИ в формировании политического имиджа.

2. Имидж бизнеса и брендинг: Изучение методов создания и управления имиджем компании и бренда. Анализ влияния имиджа на конкурентоспособность и лояльность потребителей.

3. Имидж профессионала и карьерный рост: Исследование роли имиджа в процессе трудоустройства и продвижения по карьерной лестнице. Анализ требований к имиджу специалистов различных профессий.

4. Имидж образовательного учреждения: Изучение факторов, формирующих имидж школы или университета. Разработка стратегий повышения привлекательности образовательного учреждения для абитуриентов и партнеров.

5. Имидж в цифровой среде: Анализ особенностей формирования и продвижения имиджа в социальных сетях и онлайн-платформах. Изучение рисков и возможностей, связанных с онлайн-репутацией.

III. Технологии и методы формирования имиджа и самопрезентации:

1. Психологические техники самопрезентации: Изучение приемов саморегуляции, управления впечатлением и создания позитивного настроя. Анализ влияния невербальной коммуникации на восприятие имиджа.

2. Технологии визуального имиджа: Исследование роли внешнего вида (одежда, прическа, макияж) в формировании имиджа. Анализ соответствия визуального имиджа различным контекстам и целевым аудиториям.

3. Речевые технологии самопрезентации: Изучение техник

эффективной коммуникации, убеждения и публичных выступлений. Разработка сценариев самопрезентации для различных ситуаций.

4. Инструменты имиджмейкинга: Анализ эффективности использования различных инструментов для создания и продвижения имиджа (PR, реклама, социальные сети, мероприятия). Разработка комплексных стратегий имиджмейкинга.

IV. Исследование аудитории и целевого имиджа:

1. Анализ целевой аудитории: Изучение потребностей, ценностей и ожиданий различных целевых групп. Определение факторов, влияющих на восприятие имиджа целевой аудиторией.

2. Формирование целевого имиджа: Разработка концепции желаемого имиджа, соответствующего целям и задачам субъекта имиджа. Определение ключевых атрибутов и характеристик целевого имиджа.

3. Оценка эффективности имиджа: Разработка методов оценки соответствия существующего имиджа целевому. Проведение исследований для выявления сильных и слабых сторон имиджа.

V. Практические аспекты имиджелогии и самопрезентации:

1. Разработка индивидуального имиджа: Создание персонального стиля и стратегии самопрезентации для достижения личных и профессиональных целей.

2. Консультирование по вопросам имиджа: Оказание помощи в формировании имиджа для отдельных лиц и организаций. Разработка рекомендаций по улучшению визуального имиджа, речевой коммуникации и онлайн-репутации.

ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЗАЧЕТУ С ОЦЕНКОЙ

1. Предмет, задачи и методы имиджелогии. Раскрытие сущности имиджелогии как науки, изучающей процессы формирования и функционирования имиджа. Анализ ее задач в контексте регионального управления и местного самоуправления. Обзор основных методов исследования, применяемых в имиджелогии.

2. История развития имиджелогии. Прослеживание исторических этапов становления имиджелогии как самостоятельной научной дисциплины. Рассмотрение влияния социологии, психологии, политологии и других наук на ее формирование. Анализ ключевых теорий и концепций, внесших вклад в развитие имиджелогии.

3. Основные понятия и категории имиджелогии. Определение ключевых терминов, таких как "имидж", "репутация", "PR", "брэндинг". Раскрытие их взаимосвязи и различий. Изучение основных характеристик имиджа (целостность, динамичность, субъективность, функциональность и др.).

4. Структура имиджа. Анализ различных элементов, составляющих имидж личности, организации или территории. Рассмотрение вербальных и

невербальных компонентов имиджа. Изучение роли визуального имиджа (одежда, макияж, интерьер и др.) в формировании общего впечатления.

5. Функции имиджа. Рассмотрение основных функций имиджа: идентификационной, коммуникативной, защитной, привлекательной, убеждающей, регулирующей. Анализ их проявления в контексте профессиональной деятельности государственных и муниципальных служащих.

6. Виды имиджа. Классификация имиджей по различным основаниям (объект, масштаб, характер восприятия и др.). Рассмотрение имиджа личности, организации, товара, территории. Изучение особенностей формирования и продвижения каждого вида имиджа.

7. Имидж государственного и муниципального служащего: требования и особенности. Определение специфики имиджа государственного и муниципального служащего. Рассмотрение требований, предъявляемых к их внешнему виду, манерам поведения, речи и профессиональным качествам.

8. Факторы, влияющие на формирование имиджа личности. Анализ внешних и внутренних факторов, формирующих имидж личности. Рассмотрение влияния социального окружения, профессиональной деятельности, личных качеств и ценностей на восприятие личности другими людьми.

9. Самосознание и самооценка в формировании имиджа личности. Раскрытие роли самосознания и самооценки в процессе формирования позитивного имиджа. Анализ влияния адекватной самооценки на уверенность в себе и успешность коммуникации.

10. Технологии самопрезентации личности. Изучение основных приемов и методов самопрезентации, направленных на создание благоприятного впечатления. Рассмотрение вербальных и невербальных средств самопрезентации (речь, жесты, мимика, одежда и др.).

11. Коммуникативные навыки как инструмент формирования имиджа. Раскрытие роли коммуникативных навыков в процессе формирования имиджа личности. Изучение техник эффективного слушания, убеждения, ведения переговоров и разрешения конфликтов.

12. Этика и профессиональная этика в имиджелогии. Рассмотрение этических аспектов формирования и продвижения имиджа. Анализ принципов профессиональной этики государственных и муниципальных служащих. Изучение понятия "конфликт интересов" и способов его разрешения.

13. Имидж организации: сущность, структура, функции. Определение сущности имиджа организации. Анализ его структуры, включающей в себя имидж продукта, услуг, персонала, руководства и социальной деятельности. Рассмотрение основных функций имиджа организации: привлечение клиентов, партнеров, инвесторов, укрепление репутации и конкурентоспособности.

14. Факторы, влияющие на формирование имиджа организации. Анализ внешних и внутренних факторов, влияющих на формирование имиджа организации. Рассмотрение роли качества продукции и услуг, уровня обслуживания, корпоративной культуры, PR-деятельности и социальной ответственности.

15. Брендинг как инструмент формирования имиджа организации. Раскрытие сущности брендинга как процесса создания и продвижения бренда. Анализ элементов бренда: название, логотип, слоган, фирменный стиль. Рассмотрение роли бренда в формировании лояльности потребителей и укреплении имиджа организации.

16. Кризисный PR и управление репутацией. Изучение методов управления репутацией организации в кризисных ситуациях. Рассмотрение основных этапов антикризисного PR: анализ ситуации, разработка стратегии, реализация коммуникационных мероприятий, оценка эффективности.

17. Имидж территории: понятие, компоненты, стратегии формирования. Определение понятия "имидж территории". Анализ основных компонентов имиджа территории: экономический, социальный, культурный, экологический. Рассмотрение стратегий формирования позитивного имиджа территории: развитие инфраструктуры, привлечение инвестиций, продвижение туризма, организация культурных мероприятий.

18. Роль органов регионального управления и местного самоуправления в формировании имиджа территории. Раскрытие роли органов регионального управления и местного самоуправления в формировании позитивного имиджа территории. Анализ их функций в сфере PR, рекламы, маркетинга территории. Изучение методов привлечения внимания к территории и продвижения ее конкурентных преимуществ.

19. Разработка индивидуального имидж-плана. Определение целей и задач формирования индивидуального имиджа. Анализ сильных и слабых сторон личности. Разработка стратегии самопрезентации. Определение конкретных шагов по улучшению внешнего вида, манер поведения и коммуникативных навыков.

20. Технологии создания позитивного впечатления. Изучение практических приемов и техник создания позитивного впечатления при общении. Рассмотрение роли невербальной коммуникации (зрительный контакт, улыбка, жесты и др.). Анализ эффективных стратегий начала и завершения разговора.

21. Использование социальных сетей и онлайн-коммуникаций для формирования имиджа. Рассмотрение роли социальных сетей и онлайн-коммуникаций в формировании имиджа личности, организации и территории. Анализ стратегий продвижения имиджа в социальных сетях. Изучение правил этикета и безопасности в онлайн-коммуникациях.

22. Оценка эффективности имиджевой деятельности. Определение критериев оценки эффективности имиджевой деятельности. Рассмотрение методов измерения имиджа (опросы, фокус-группы, мониторинг СМИ). Анализ результатов оценки и корректировка имиджевой стратегии.