

УТВЕРЖДАЮ  
 Декан факультета

\_\_\_\_\_  
 (подпись) Шматко А. Д.  
 ФИО  
 «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ ИМИДЖ СОВРЕМЕННОГО ДЕЛОВОГО ЧЕЛОВЕКА: ПРАВИЛА, КОТОРЫЕ СОЗДАЮТ РЕПУТАЦИЮ

Направление/специальность подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Специализация/профиль/программа подготовки	Реклама и связи с общественностью в политике и государственном управлении
Уровень высшего образования	Бакалавриат
Форма обучения	Заочная
Факультет	Р Международного промышленного менеджмента и коммуникации
Выпускающая кафедра	Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ
Кафедра-разработчик рабочей программы	Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ

КУРС	СЕМЕСТР	ОБЩАЯ ТРУДОЁМКОСТЬ (ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ)	ЧАСЫ (по наличию видов занятий)									ВИД ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ
			ОБЩАЯ ТРУДОЁМКОСТЬ	АУДИТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ				САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА				
				ВСЕГО	ЛЕКЦИИ	ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ	ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ	ВСЕГО	КУРСОВОЙ ПРОЕКТ	КУРСОВАЯ РАБОТА	ДРУГИЕ ВИДЫ САМОСТ. РАБОТЫ	
3	6	3	108	4	2	0	2	104	0	0	104	зач.

*ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ*

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА СОСТАВЛЕНА В СООТВЕТСТВИИ С ТРЕБОВАНИЯМИ ФЕДЕРАЛЬНОГО  
ГОСУДАРСТВЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО СТАНДАРТА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ (ФГОС ВО)**

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

год набора группы: 2024

Программу составили:

Кафедра Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ  
ПРОИЗВОДСТВОМ \_\_\_\_\_

Сорокина Елена Владимировна, к.полит.н., доцент, доцент

Кафедра Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ  
ПРОИЗВОДСТВОМ \_\_\_\_\_

Горбушина Наталья Юрьевна, старший преподаватель

Программа рассмотрена

на заседании кафедры-разработчика

рабочей программы **Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ**

Заведующий кафедрой Ивченко Б.П., д.т.н., проф. \_\_\_\_\_

Программа рассмотрена

на заседании выпускающей кафедры

**Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ**

Заведующий кафедрой Ивченко Б.П., д.т.н., проф. \_\_\_\_\_

# **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

## **ИМИДЖ СОВРЕМЕННОГО ДЕЛОВОГО ЧЕЛОВЕКА: ПРАВИЛА, КОТОРЫЕ СОЗДАЮТ РЕПУТАЦИЮ**

### **Разделы рабочей программы**

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ
4. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ
6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### **Приложения к рабочей программе дисциплины**

- Приложение 1. Аннотация рабочей программы
- Приложение 2. Технологии и формы обучения
- Приложение 3. Фонды оценочных средств

# 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

УК-4 — способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
УК-6 — способность управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

Формированию компетенций служит достижение следующих результатов образования:

## УК-4

*знания:*

- особенности имиджа;
- составляющие имиджа;
- типы имиджа;
- на какие принципы необходимо опираться в процессе создания персонального делового имиджа;

имиджа;

- социально-психологические механизмы формирования имиджа;
- «ошибки восприятия», влияющие на формирование имиджа;

*умения:*

- учитывать социальные аспекты восприятия делового имиджа;
- оценивать себя и окружающих с позиций эффективного имиджа;
- подбирать стиль одежды;
- составлять деловой гардероб;

*навыки:*

- самопознания.

## УК-6

*знания:*

- какие задачи в деловом общении может решать эффективный индивидуальный имидж;
- сущность и роль «Я-концепции» в создании персонального делового имиджа;
- стратегии формирования имиджа;
- технологии формирования имиджа;
- принципы коррекции лица с помощью прически и макияжа;
- правила коррекции фигуры с помощью силуэта и цвета;
- принципы создания индивидуального делового стиля одежды;
- требования делового этикета к внешнему виду делового человека;

*умения:*

- выявлять имиджевые характеристики;
- моделировать «Я-концепцию», психологическую основу имиджа;
- проектировать персональный деловой имидж;
- подбирать прическу и макияж в соответствии с личными особенностями внешности и требованиями этикета;

- подчеркивать достоинства фигуры с помощью силуэта и цвет;

*навыки:*

- самоимиджирования.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

Дисциплина **ИМИДЖ СОВРЕМЕННОГО ДЕЛОВОГО ЧЕЛОВЕКА: ПРАВИЛА, КОТОРЫЕ СОЗДАЮТ РЕПУТАЦИЮ** является дисциплиной **факультативного блока** программы подготовки по направлению *42.03.01 Реклама и связи с общественностью*.

Содержание дисциплины является логическим продолжением дисциплин: **ПСИХОЛОГИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ОСНОВЫ РОССИЙСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННОСТИ.**

Содержание дисциплины является основой для освоения дисциплин: **ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ ПРАКТИКА.**

Предварительные компетенции, сформированные у обучающегося до начала изучения дисциплины:

- УК-3 — Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
- УК-5 — Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
- УК-6 — Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч.

#### 3.1. Содержание (дидактика) дисциплины

КУРС	СЕМЕСТР	Наименование разделов и дидактических единиц	ВСЕГО	Аудиторные занятия в контактной форме			Самостоятельная работа студентов	Формируемая компетенция, %	
				ВСЕГО	Лекции	Практические занятия		УК-4	УК-6
3	6	Раздел 1. Теоретические основы формирования делового имиджа. Понятие имиджа в современной науке, его социально - психологическая природа. Функции имиджа. Составляющие индивидуального имиджа: речь, невербалика - паралингвистика, просодика, кинесика, габитус, такесика, проксемика, ольфакторные знаки. Типы имиджа.	26.8	0.8	0.4	0.4	26	25	25
3	6	Раздел 2. Психологические основы формирования делового имиджа. Влияние имиджа на восприятие человека (идентификация, эмпатия, аттракция, фасцинация). Аспекты восприятия имиджа. «Я-концепция» делового человека как психологическая основа имиджа.	26.8	0.8	0.4	0.4	26	25	25
3	6	Раздел 3. Стратегии и технологии формирования имиджа. Принципы имиджирования. Стратегии формирования персонального делового имиджа. Технологии имиджирования.	27.2	1.2	0.6	0.6	26	25	25
3	6	Раздел 4. Создание визуального имиджа делового человека. Принципы коррекции лица с помощью прически и макияжа. Цветовой тип внешности и подбор цветовой гаммы. Правила коррекции фигуры с помощью силуэта и цвета. Стилевое решение образа: личные предпочтения и требования делового этикета. Принципы формирования делового гардероба.	27.2	1.2	0.6	0.6	26	25	25
Всего за 6 семестр			108	4	2	2	104	100	100
Всего по дисциплине			108	4	2	2	104	100	100

#### 3.2. Аудиторный практикум

№ п/п	Номер и наименование раздела дисциплины	Тема практического занятия	Объем, ауд. часов
1	Раздел 1. Теоретические основы формирования делового имиджа.	Составляющие индивидуального имиджа: речь, невербалика - паралингвистика, просодика, кинесика, габитус, такесика, проксемика, ольфакторные знаки.	0.2
2		Типы имиджа.	0.2
3	Раздел 2. Психологические основы формирования делового имиджа.	Влияние имиджа на восприятие человека (идентификация, эмпатия, аттракция, фасцинация). Аспекты восприятия имиджа.	0.2
4		«Я-концепция» делового человека как психологическая основа имиджа.	0.2
5	Раздел 3. Стратегии и технологии формирования имиджа.	Принципы имиджирования. Технологии имиджирования. Стратегии формирования персонального делового имиджа.	0.6
6	Раздел 4. Создание визуального имиджа делового человека.	Принципы коррекции лица с помощью прически и макияжа. Цветовой тип внешности и подбор цветовой гаммы. Стилевое решение образа: личные предпочтения и требования делового этикета. Принципы формирования делового гардероба.	0.6
Всего за 6 семестр			2

#### 3.3. Самостоятельная работа студента (СРС)

№ п/п	Номер и наименование раздела дисциплины	Содержание учебного задания	Объем, часов
1	Раздел 1. Теоретические	Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Составляющие индивидуального имиджа: речь, невербалика -	13

	основы формирования делового имиджа.	паралингвистика, просодика, кинесика, габитус, такесика, проксемика, ольфакторные знаки». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	
2		Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Типы имиджа». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных на практических занятиях по разделу 1.	13
3	Раздел 2. Психологические основы формирования делового имиджа.	Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Влияние имиджа на восприятие человека (идентификация, эмпатия, аттракция, фасцинация). Аспекты восприятия имиджа». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	13
4		Подготовка докладов к практическому занятию на тему: ««Я-концепция» делового человека как психологическая основа имиджа». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных на практических занятиях по разделу 2. Подготовка к зачету.	13
5	Раздел 3. Стратегии и технологии формирования имиджа.	Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Стратегии формирования персонального делового имиджа». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных на практических занятиях по разделу 3.	13
6		Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Принципы имиджирования. Технологии имиджирования». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	13
7	Раздел 4. Создание визуального имиджа делового человека.	Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Принципы коррекции лица с помощью прически и макияжа. Цветовой тип внешности и подбор цветовой гаммы». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	13
8		Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Стилевое решение образа: личные предпочтения и требования делового этикета. Принципы формирования делового гардероба». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных на практических занятиях по разделу 4. Подготовка к зачету.	13
<b>Всего за 6 семестр</b>			<b>104</b>

#### 4. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

СЕМЕСТР	НЕДЕЛИ СЕМЕСТРА																
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
6					Докл	ДР			Докл	ДР					Докл	ДР	Тест, зач.

Условные обозначения:

- ДР – диагностическая работа;
- Докл – доклад;
- Тест – тест;
- зач. – зачет.

**Текущий контроль успеваемости** студентов проводится в дискретные временные интервалы в следующих формах:

- диагностическая работа;
- доклад;
- тест.

**Промежуточная аттестация** проводится в формах:

- зачет.

## 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 5.1. Основная литература по дисциплине:

1. А. К. Логинова. . Имиджелогия. Санкт-Петербург: Лань, 2023, эл. рес.
2. В. А. Спивак. . Деловая этика . Москва: Юрайт, 2020, эл. рес.
3. В. Н. Лавриненко. . Психология и этика делового общения . Москва: Юрайт, 2020, эл. рес.
4. Д. О. Селентьева. . Этика делового общения. СПб.БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова, 2016, 61 экз.

### 5.2. Дополнительная литература по дисциплине:

не требуется.

### 5.3. Периодические издания:

не требуются.

### 5.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины, электронные библиотечные системы:

1. <https://urait.ru/book/etika-kultura-i-etiket-delovogo-obscheniya-531389> — Чернышова Л. И. Этика, культура и этикет делового общения — купить, читать онлайн. «Юрайт»;
2. <https://urait.ru/book/etika-i-psihologiya-delovogo-obscheniya-515611> — Собольников В. В., Костенко Н. А. Этика и психология делового общения — купить, читать онлайн. «Юрайт».

### Современные профессиональные базы данных:

1. <https://rusneb.ru> – Национальная электронная библиотека (НЭБ);
2. <https://cyberleninka.ru/> - Научная электронная библиотека «Киберленинка»;  
<http://www.rfbr.ru/rffi/ru/library> - Полнотекстовая электронная библиотека Российского фонда фундаментальных исследований.

### Информационные справочные системы:

1. Техэксперт – Информационный портал технического регулирования: Нормы, правила, стандарты РФ;
2. [http://library.voenmeh.ru/jirbis2/index.php?option=com\\_irbis&view=irbis&Itemid=457](http://library.voenmeh.ru/jirbis2/index.php?option=com_irbis&view=irbis&Itemid=457) - БД ГОСТов собственной генерации БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова;
3. <http://www.consultant.ru/>- КонсультантПлюс- информационный портал правовой информации.

### 5.5. Программное обеспечение:

не требуется.

### 5.6. Информационные технологии:

взаимодействие с обучающимися посредством ЭИОС Moodle БГТУ «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова.

## **6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **6.1. Лекционные занятия:**

специализированные требования по оборудованию отсутствуют; аудитория с посадочными местами по количеству студентов; доска.

### **6.2. Практические занятия:**

1. Проектор;
2. Аудитория с числом посадочных мест не меньше количества обучающихся.

### **6.3. Прочее:**

1. рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет;
2. рабочие места студентов, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет, предназначенные для работы в электронной образовательной среде.

### Аннотация рабочей программы

Дисциплина **ИМИДЖ СОВРЕМЕННОГО ДЕЛОВОГО ЧЕЛОВЕКА: ПРАВИЛА, КОТОРЫЕ СОЗДАЮТ РЕПУТАЦИЮ** является дисциплиной **факультативного блока** программы подготовки по направлению 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*. Дисциплина реализуется на факультете Р Международного промышленного менеджмента и коммуникации БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д.Ф. Устинова кафедрой Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ.

Дисциплина нацелена на формирование *компетенций*:

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

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

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием знаний об имидже современного делового человека и тех правилах, которые создают прочную положительную репутацию, позволяющую эффективно взаимодействовать в профессиональной сфере.

Программой дисциплины предусмотрены следующие **виды контроля**:

**Текущий контроль успеваемости** студентов проводится в дискретные временные интервалы в следующих формах:

- диагностическая работа;
- доклад;
- тест.

**Промежуточная аттестация** проводится в формах:

- зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 з.е., **108 ч**. Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия (**2 ч.**), практические занятия (**2 ч.**), самостоятельная работа студента (**104 ч**).

## ТЕХНОЛОГИИ И ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ

### Рекомендации по освоению дисциплины для студента

Трудоемкость освоения дисциплины составляет 108 ч., из них 4 ч. аудиторных занятий, и 104 ч., отведенных на самостоятельную работу студента.

Рекомендации по распределению учебного времени по видам самостоятельной работы и разделам дисциплины приведены в таблице.

Контроль освоения дисциплины производится в соответствии с Положением о текущем, рубежном контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

Формы контроля и критерии оценивания приведены в приложении 3 к Рабочей программе.

Наименование работы	Рекомендуемая литература	Трудоемкость, час.
<b>Раздел 1. Теоретические основы формирования делового имиджа.</b>		
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Составляющие индивидуального имиджа: речь, невербалика - паралингвистика, просодика, кинесика, габитус, такесика, проксемика, ольфакторные знаки». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	В. А. Спивак. . Деловая этика : Москва: Юрайт, 2020 (1) Д. О. Селентьева. . Этика делового общения: СПб.БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова, 2016 (1)	13
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Типы имиджа». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных на практических занятиях по разделу 1.		13
Итого по разделу 1		26
<b>Раздел 2. Психологические основы формирования делового имиджа.</b>		
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Влияние имиджа на восприятие человека (идентификация, эмпатия, аттракция, фасцинация). Аспекты восприятия имиджа». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	В. А. Спивак. . Деловая этика : Москва: Юрайт, 2020 (2)	13
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: ««Я-концепция» делового человека как психологическая основа имиджа». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных на практических занятиях по разделу 2. Подготовка к зачету.	В. Н. Лавриненко. . Психология и этика делового общения : Москва: Юрайт, 2020 (2)	13
Итого по разделу 2		26
<b>Раздел 3. Стратегии и технологии формирования имиджа.</b>		
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Стратегии формирования персонального делового имиджа». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных на практических занятиях по разделу 3.	А. К. Логинова. . Имиджология: Санкт-Петербург: Лань, 2023 (3) В. А. Спивак. . Деловая этика : Москва: Юрайт, 2020 (3)	13
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Принципы имиджирования. Технологии имиджирования». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.		13
Итого по разделу 3		26
<b>Раздел 4. Создание визуального имиджа делового человека.</b>		
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Принципы коррекции лица с помощью прически и макияжа. Цветовой тип внешности и подбор цветовой гаммы». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	В. А. Спивак. . Деловая этика : Москва: Юрайт, 2020 (4)	13
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Стилевое решение образа: личные предпочтения и требования		13

делового этикета. Принципы формирования делового гардероба». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных на практических занятиях по разделу 4. Подготовка к зачету.		
Итого по разделу 4		26

## ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Фонд оценочных средств, позволяющие оценить результаты обучения по данной дисциплине, включают в себя:

- диагностическая работа
- доклад;
- тест;
- зачет.

### Критерии оценивания

#### Диагностическая работа

Диагностическая работа проводится в форме теста в ЭИОС Moodle:

- при правильном ответе менее чем на 60% вопросов - не аттестация;
- при правильном ответе на 60% вопросов и более - аттестация.

#### Доклад

1. Формирование представлений об имидже в культуре второй половины XX в.
2. Использование возможностей социальных сетей для продвижения персонального делового имиджа (на примере нескольких сетей).
3. Имидж предпринимателя в современной России.
4. Имидж делового человека. Проблемы формирования и поддержания персонального имиджа в бизнес-среде.
5. Место «Я-концепции» в структуре персонального имиджа.
6. Понятия личностного персонального, профессионального, делового имиджа.
7. Внутренние факторы, определяющие персональный деловой имидж.
8. Современные технологии психодиагностики имиджа. Психологические возможности коррекции имиджа.
9. Необходимость гармонии имиджа и индивидуальности личности. Управление индивидуальным имиджем.
10. Психология саморекламы. Стратегии самопрезентаций для эффективного имиджа.
11. Социокультурные предпосылки, особенности и механизмы формирования и развития имиджа.
12. Методы формирования образа, психологические аспекты создания личного бренда.
13. Имиджевые психотехники.
14. Принципы и законы формирования имиджа.
15. Имидж/образ: сходство и различия.

Для получения положительной оценки доклад должен отвечать следующим условиям:

- соответствие содержания заявленной теме, отсутствие в тексте отступлений от темы;
- соответствие целям и задачам дисциплины;
- постановка проблемы, корректное изложение смысла основных научных идей, их теоретическое обоснование и объяснение;
- логичность и последовательность в изложении материала;
- способность к работе с литературными источниками, Интернет-ресурсами, справочной и энциклопедической литературой;
- объем исследованной литературы и других источников информации;
- способность к анализу и обобщению информационного материала, степень полноты обзора состояния вопроса;
- умение извлекать информацию, соответствующую поставленной цели, и перераспределять информацию;
- навыки планирования и управления временем при выполнении работы;
- обоснованность выводов;
- правильность оформления (соответствие стандарту, структурная упорядоченность, ссылки, цитаты, таблицы и т.д.);
- соблюдение объема, шрифтов, интервалов (соответствие оформления правилам компьютерного набора текста).

### Тест

1. Имидж в переводе с английского языка означает:
- а) впечатление;
  - б) образ;
  - в) оценка.
2. Понятие «имидж» в деловой и научный оборот ввел ...
- а) Ф. Джефкинз;
  - б) В.М. Шепель;
  - в) К. Болдуинг;
  - г) А.Ю. Панасюк.
3. Термины «имидж», «репутация», «идентичность», «организационная культура» являются:
- а) синонимами;
  - б) четко взаимосвязанными понятиями;
  - в) не являются взаимосвязанными между собой и изучаются различными науками.
4. Формирование делового имиджа следует начинать с ...
- а) создания имидж-портрета;
  - б) выбора стратегии;
  - в) формулирования имиджевых целей.
5. Установите соответствие между определениями и типами индивидуального имиджа
- а) речевой образ;
  - б) визуальный образ;
  - в) образ человека, формирующийся при восприятии его взгляда, мимики жестов, типичных движений;
  - г) представление о человеке, сформированное при восприятии его социальной среды: кабинета, квартиры, автомобиля;
  - д) образ, сложившийся при восприятии продуктов профессиональной и творческой деятельности человека, предметов и вещей, которые он создал;
  - е) кинетический;
  - ж) габитарный;
  - з) вербальный;
  - и) средовой;
  - к) овеществленный.

#### **Зачет**

При сдаче зачета, обучающийся выполняет итоговое тестирование по дисциплине. Тестовое задания в полном объеме размещено в фондах оценочных средств.

Отлично (зачтено) 81-100

Хорошо (зачтено) 61-80

Удовлетворительно (зачтено) 41-60

Неудовлетворительно (не зачтено) менее 40

Паспорт фонда оценочных средств

КУРС	СЕМЕСТР	Наименование разделов и дидактических единиц	ВСЕГО	Аудиторные занятия в контактной форме			Самостоятельная работа студентов	Формируемая компетенция, %		НАИМЕНОВАНИЕ ОЦЕНОЧНОГО СРЕДСТВА
				ВСЕГО	Лекции	Практические занятия		УК-4	УК-6	
3	6	Раздел 1. Теоретические основы формирования делового имиджа.	26.8	0.8	0.4	0.4	26	25	25	Доклад
3	6	Раздел 2. Психологические основы формирования делового имиджа.	26.8	0.8	0.4	0.4	26	25	25	Доклад
3	6	Раздел 3. Стратегии и технологии формирования имиджа.	27.2	1.2	0.6	0.6	26	25	25	Доклад
3	6	Раздел 4. Создание визуального имиджа делового человека.	27.2	1.2	0.6	0.6	26	25	25	Доклад, Тест
Всего за 6 семестр			108	4	2	2	104	100	100	
Всего по дисциплине			108	4	2	2	104	100	100	

## Критерии оценивания

### УК-4

- Вопросы открытого типа:*
- № 1 Выбор манеры поведения зависит от:
- № 2 Сформировавшийся образ делового человека (организации), в котором выделяются ценностные характеристики и черты, оказывающие определённое воздействие на окружающих называется:
- № 3 Назовите 4 свойства имиджа:
- № 4 Целостный комплекс знаков (речевых, неречевых, поведенческих), направленный на создание некоего образа. ...воспринимается как единое целое:
- № 5 Дайте определение понятию «этикет»:
- № 6 Компетентность и надёжность являются ценными качествами ... (кого?) :
- № 7 Понятие «имидж» в деловой и научный оборот ввел:
- № 8 Основными функциональными признаками являются осанка, походка, жестикуляция, мимика, речь, привычки и артикуляция. Часть этих признаков проявляет себя в общении, часть вне зависимости от него. К функциональным признакам внешности не относится:
- № 9 Историю этикета принято отсчитывать с ..., когда этикет стал способом (а иногда и смыслом) существования королевских дворов Европы. Назовите в каком веке появился этикет:
- № 10 Назовите профессию, кто помогает создать определенный образ:
- Вопросы закрытого типа:*
- № 1 Имидж в переводе с английского языка означает:
- А) впечатление;
- В) образ;
- С) оценка;
- Д) ощущение.
- № 2 Установите соответствие между компонентами, влияющими на имидж и их характеристиками:
- |   |                                  |
|---|----------------------------------|
| 1) Расположение в пространстве (чувство расстояния, дистанции и т.д.) | А) Хрономика                     |
| 2) Движение тела  | В) Проксемика                    |
| 3) Интонационные характеристики голоса                                | С) Кинесика                      |
| 4) Отношение ко времени и восприятие времени в различных культурах    | Д) Просодика и экстралингвистика |
- № 3 Термины «имидж», «репутация», «идентичность», «организационная культура» являются:
- А) синонимами
- В) антонимами
- С) не являются взаимосвязанными между собой и изучаются различными науками
- Д) четко взаимосвязанными понятиями
- № 4 К внутренним факторам, зависимым от носителя имиджа относятся:
- А) общие физические данные, мимика, среда обитания;
- В) коммуникабельность, уровень нравственности;
- С) нет правильного ответа;
- Д) все ответы верны.

- № 5 Формирование делового имиджа следует начинать с ...
- А) создания имидж-портрета;
  - В) выбора стратегии;
  - С) формулирования имиджевых целей;
  - Д) составления четкого плана действий.
- № 6 Чему должна соответствовать рабочая одежда?
- А) внутренней корпоративной культуре определенной организации (компании);
  - В) интересам, нормам и вкусам клиентов организации;
  - С) времени года;
  - Д) настроению.
- № 7 Правильный выбор модели поведения осуществляется на основании следующих критериев:
- А) нравственная безупречность;
  - В) учёт конкретной ситуации, в которой личность действует или оказалась;
  - В) цель, которую ставит перед собой личность;
  - С) самокритичная оценка существенных возможностей использования конкретной модели поведения;
  - Д) нет правильного ответа
- № 8 Для предпринимателей, менеджеров, взаимодействующих с различными группами общественности, при создании делового имиджа целесообразно использовать стратегию:
- А) формирования целевого имиджа;
  - В) формирования универсального имиджа;
  - С) «креативный взрыв»;
  - Д) не стоит использовать любую стратегию.
- № 9 Соотнесите факторы, позволяющие произвести впечатление, и их содержание:
- |                                   |  |
|-----------------------------------|--|
| 1) знание правил делового этикета | А) особенности отношения к окружающим, формы общения         |
| 2) манеры поведения               | В) поведение, связанное с выполнением служебных обязанностей |
| 3) культура речи                  | С) фигура, осанка, прическа, одежда                          |
| 4) внешний вид                    | Д) умение правильно говорить и писать                        |
- № 10 Персональное резюме содержит 5 основных разделов, восстановите последовательность разделов резюме:
- 1) предыдущий опыт работы;
  - 2) дополнительные сведения;
  - 3) личные данные;
  - 4) образование кандидата;
  - 5) цель (желаемая позиция).

*Вопросы открытого типа:*

- № 1 Оформление внешности зависит от:
- № 2 Назовите 2 ценных качества делового партнера:
- № 3 Имидж – это сформировавшийся образ делового человека (организации), в котором выделяются ценностные характеристики и черты, оказывающие определённое воздействие на окружающих. Имидж формируется на основе:
- № 4 Дайте полное определение понятию «этика» :
- № 5 Фасцинация - это:
- № 6 Индивидуальная деятельность по созданию собственного имиджа – это:
- № 7 Функция межличностной адаптации, согласно В.М. Шепелю, заключается в том, что эффективный имидж позволяет человеку:
- № 8 Принцип многообразия коммуникативного воздействия, согласно В.М. Шепелю, предполагает использование в процессе самопрезентации различных:
- № 9 Дайте полное определение понятию «деловой имидж»
- № 10 Совокупность всех представлений индивида о себе, сопряжённую с его отношением к себе или к отдельным своим качествам, Р. Бернс определяет как:

*Вопросы закрытого типа:*

- № 1 Деловая одежда в первую очередь должна быть:
- А) строгой и элегантной;
- В) дорогой и модной;
- С) яркой и стильной;
- Д) серой и невзрачной.
- № 2 В одном наряде рекомендуется сочетать не более:
- цветов:
- А) трёх;
- В) четырёх;
- С) двух;
- Д) пяти.
- № 3 Вербальным элементом имиджа является:
- А) одежда;
- В) почерк;
- С) речь;
- Д) мимика.
- № 4 Дресс-код – это:
- А) правила поведения людей в обществе, поддерживающие представления данного общества о подобающем;
- В) правила использования одежды по назначению;
- С) иностранная забава;
- Д) форма одежды, требуемая во время посещений определенных мероприятий, заведений и организаций.
- № 5 Всего выделяют ... различных видов дресс-кода:
- А) 1;
- В) 2;
- С) 3;

- № 6 D) 8.  
Соотнесите компоненты внешнего вида и возможность их изменить:
- |                            |   |
|----------------------------|---|
| 1) функциональные признаки | A) изучение и соблюдение правил следования моде   |
| 2) физический облик        | B) дается от природы, поддается совершенствованию |
| 3) оформление внешности    | C) результат воспитания и работы над собой        |
- № 7 Формирование удачного делового имиджа НЕ позволяет:
- A) повысить самооценку, почувствовать себя более уверенным и значимым;
- B) быстро войти в желаемый круг общения и заработать авторитет в деловых и политических кругах;
- C) привлечь внимание потенциальных партнеров, инвесторов и установить с ними доброжелательные отношения;
- D) снизить шансы на получение новой должности и продвижение по службе.
- № 8 Соотнесите компоненты делового имиджа человека с его характеристикой:
- |   |  |
|---|--|
| 1) проявление лидерских качеств в деловом общении   | A) уважительное отношение к себе и окружающим, умение сотрудничать, толерантность к конкурентам  |
| 2) внешний вид человека, его манера одеваться, используемые аксессуары, прическа и другие элементы облика | B) умение поддерживать беседу, быстро ориентироваться в текущей ситуации, грамотное использование механизмов психологического воздействия на окружающих и прочее |
| 3) соблюдение делового этикета и протокола  | C) опрятный внешний вид, правильно подобранные элементы украшений  |
| 4) широкий кругозор и тактика общения   | D) умение идти на риск, быстро принимать решения, брать на себя ответственность  |
- № 9 Дайте определение понятию «мораль»:
- A) Профессионально-этические нормы и стандарты;
- B) Система нравственных отношений, мотивов действия, чувств и сознания;
- C) Требования к личности, к ее поведению и поступкам.
- № 10 Индивидуальный имидж представляет собой:
- A) устойчивый, эмоционально окрашенный, целенаправленно или стихийно формируемый у общественности образ человека;
- B) упрощенный, схематизированный, эмоционально окрашенный, устойчивый образ какой-либо социальной группы или общности, с легкостью распространяемый на всех ее представителей;
- C) совокупность всех представлений индивида о себе, сопряженная с его отношением к себе или к отдельным своим качествам.