

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ  
ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ  
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ»)

**Структурное подразделение** Факультет музыкально-художественного  
образования имени Джульетты Якубович

**Кафедра** дополнительного образования детей и взрослых

**УТВЕРЖДАЮ**

Декан ФМХО имени Джульетты  
Якубович




А.П. Кондратенко  
2024 г.

Приложение к рабочей программе учебной дисциплины

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации  
обучающихся по дисциплине  
**Технология создания персонального имиджа**

По направлению подготовки 44.03.01 Педагогическое образование  
Профиль подготовки – Дополнительное образование детей и взрослых  
Квалификация выпускника – бакалавр  
Форма обучения – очная  
Курс – 4 (7, 8 семестры)

Разработчики:  
доцент Федорищева С.П.,  
ст. преподаватель Божко Е. А.

Заведующий кафедрой  
дополнительного образования  
детей и взрослых  
 С.П. Федорищева

Протокол  
от «16» января 2024 г. №7

Луганск, 2024

# 1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

## 1.1. Область применения

Фонд оценочных средств (ФОС) – неотъемлемая часть рабочей программы дисциплины «Технология создания персонального имиджа» и предназначен для контроля и оценки образовательных достижений студентов, освоивших программу дисциплины.

## 1.2. Цели и задачи фонда оценочных средств

Цель ФОС – установить соответствие уровня подготовки обучающегося требованиям ФГОС ВО бакалавриат по направлению подготовки 44.03.01 Педагогическое образование, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 22.02.2018 №121 (с изменениями и дополнениями) и Профессионального стандарта, утвержденного Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации «Об утверждении профессионального стандарта “Педагог дополнительного образования детей и взрослых”» от 29.09.2021 № 652н.

## 1.3. Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения основной образовательной программы

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

| Код по ФГОС ВО  | Индикатор достижения  |
|---|---|
| <b>универсальные</b>  |   |
| УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни | УК-6.1. Оценивает личностные ресурсы по достижению целей саморазвития и управления своим временем на основе принципов образования в течение всей жизни<br>УК-6.2. Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при реализации траектории саморазвития   |
| <b>общепрофессиональные</b>   |   |
| ОПК-8. Способен осуществлять педагогическую деятельность на основе специальных научных знаний   | ОПК-8.1. Применяет методы анализа педагогической ситуации, профессиональной рефлексии на основе специальных научных знаний, в том числе в предметной области<br>ОПК-8.2. Проектирует и осуществляет учебно-воспитательный процесс с опорой на знания предметной области, психолого-педагогические знания и научно-обоснованные закономерности организации образовательного процесса |
| <b>профессиональные</b>   |   |
| Тип задач профессиональной деятельности: <i>проектный</i>   |   |
| ПК-5. Способен проектировать траектории своего профессионального роста и личностного развития   | ПК-5.1. Знать цели своего профессионального и личностного развития<br>ПК-5.2. Уметь осуществлять отбор средств реализации программ профессионального и личностного роста<br>ПК-5.3. Владеть навыком разработки программы  |

|  |                                       |
|--|---------------------------------------|
|  | профессионального и личностного роста |
|--|---------------------------------------|

#### 1.4. Этапы формирования компетенций и средства оценивания уровня их сформированности

| Этапы формирования компетенций   | Компетенции       | Контрольно-оценочные средства / способ оценивания                    |
|--|-------------------|--|
| Раздел 1. Теоретические основы и сущность имиджа.                            | УК-6              | Контрольная работа, подготовка доклада                               |
| Раздел 2. Разработка и эскизирование стилистической коллекции.               | ПК-5              | Выполнение лабораторных работ, подготовка эскиза модели              |
| Раздел 3. Технологический процесс подбора и создания индивидуального имиджа. | ОПК-8, ПК-5       | Выполнение лабораторных работ, подготовка мультимедийной презентации |
| Промежуточная аттестация   | УК-6, ОПК-8, ПК-5 | Экзамен  |

#### 1.5. Описание показателей формирования компетенций

| Код компетенции | Планируемые результаты обучения (показатели)   |
|-----------------|--|
| УК-6            | <p><b>знать:</b> сущность понятия имидж, особенности классификации имиджа, основные виды имиджа; функциональность имиджа;</p> <p><b>уметь:</b> определять стихийность и сознательность в формировании имиджа; особенности эффективности и неэффективности имиджа;</p> <p><b>владеть:</b> навыками изучения современной профессиональной литературы; самоорганизации и самостоятельного выполнения профессиональных задач, способностью к анализу и обобщению общекультурной и профессиональной информации.</p>   |
| ОПК-8           | <p><b>знать:</b> стилевые направления в моде; основы базовых и современных технологий в парикмахерском искусстве, визажистике, ногтевой эстетике;</p> <p><b>уметь:</b> применить на практике базовые и современные технологии в парикмахерском искусстве, визажистике, ногтевой эстетике; развивать общую культуру, творческие способности, инициативность и самостоятельность в процессе выполнения творческой работы; осуществлять самоанализ и самооценку практической деятельности с целью повышения своей профессиональной квалификации;</p> <p><b>владеть:</b> навыками разработки и подбора стилевого направления в одежде; разработки и моделирование прически, разработки и выполнения визажа, разработки выполнения маникюра и дизайна ногтей.</p> |
| ПК-5            | <p><b>знать:</b> исторические аспекты возникновения моды; зарождение моды; место и роль моды в развитии мировой культуры; характерные, стилевые, жанровые особенности моды различных эпох и культур; первоисточники искусствоведческой литературы;</p> <p><b>уметь:</b> развивать общую культуру, творческие способности,</p>  |

|  |   |
|--|---|
|  | <p>инициативность и самостоятельность в процессе выполнения творческой работы; осуществлять самоанализ и самооценку практической деятельности с целью повышения своей профессиональной квалификации; исследовать моду исторических мировых эпох; отличать особенности этапов зарождения моды; воспроизводить современные образы на основе исторических.</p> <p><b>владеть:</b> навыками применения материала по истории моды в профессиональной деятельности.</p> |
|--|---|

### 1.6. Критерии оценивания компетенций на разных этапах их формирования для очной формы обучения

| Вид учебной работы                                      | Количество баллов |       |     |
|---|-------------------|-------|-----|
|   | ОФО               | О-ЗФО | ЗФО |
| <b>7 семестр</b>  |                   |       |     |
| Оформление конспектов лекционных занятий                | 20                |       |     |
| Работа на лабораторных занятиях (8 занятия по 5 баллов) | 40                |       |     |
| Выполнение заданий самостоятельной работы               | 40                |       |     |
| <b>Итого:</b>   | <b>100</b>        |       |     |
| <b>8 семестр</b>  |                   |       |     |
| Работа на лабораторных занятиях (24 занятия по 2 балла) | 48                |       |     |
| Выполнение заданий самостоятельной работы               | 22                |       |     |
| Экзамен   | 30                |       |     |
| <b>Итого:</b>   | <b>100</b>        |       |     |

### Накопительная система оценивания по 100-балльной шкале

| Четырехбалльная система оценивания экзамена | 100-балльная шкала | Буквенная шкала, соответствующая 100-балльной шкале   | Система оценивания зачета |
|---|--------------------|---|---------------------------|
| Отлично                                     | <b>90–100</b>      | <b>А</b> – отлично – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному                                 | Зачтено                   |
| Хорошо                                      | <b>83–89</b>       | <b>В</b> – очень хорошо – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения большинства из них оценено числом баллов, близким к максимальному |                           |
| Хорошо                                      | <b>75–82</b>       | <b>С</b> – хорошо – теоретическое содержание курса  |                           |

|                     |              |  |            |
|---------------------|--------------|--|------------|
|                     |              | освоено полностью; некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками  |            |
| Удовлетворительно   | <b>63–74</b> | <b>D</b> – удовлетворительно – теоретическое содержание дисциплины освоено частично, но пробелы не носят существенного характера; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, содержат ошибки  |            |
| Удовлетворительно   | <b>50–62</b> | <b>E</b> – посредственно – теоретическое содержание курса освоено частично; некоторые практические навыки работы не сформированы, многие предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены либо качество выполнения некоторых из них оценено числом баллов, близким к минимальному  |            |
| Неудовлетворительно | <b>21–49</b> | <b>FX</b> – неудовлетворительно – теоретическое содержание курса освоено частично; необходимые практические навыки работы не сформированы; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено либо качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному; при дополнительной самостоятельной работе над материалом курса возможно повышение качества выполнения учебных заданий | Не зачтено |
| Неудовлетворительно | <b>0–20</b>  | <b>F</b> – неудовлетворительно – теоретическое содержание курса не освоено; необходимые практические навыки работы не сформированы; все выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий   |            |

## **1.5. Образец оформления экзаменационного билета**

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ  
ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ  
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ»)**

**2024-2025 учебный год**

**Структурное подразделение Факультет музыкально-художественного  
образования имени Джульетты Якубович  
Кафедра дополнительного образования детей и взрослых**

Экзамен (устный) по дисциплине «Технология создания персонального  
имиджа»

44.03.01 Педагогическое образование

Профиль подготовки – Дополнительное образование детей и взрослых  
ОФО

### **ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1**

1. Понятие «имидж». Классификации имиджа, основные виды имиджа.
2. Функциональность имиджа.
3. Структура имиджа. Типология имиджей.

Утверждено на заседании кафедры, протокол №\_\_ от «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2024 г.

И.о. заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

С.П. Федорищева

Экзаменатор \_\_\_\_\_

Е.А. Божко

## **2. КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА**

### **3.1. Оценочные средства текущего контроля (типовые)**

#### **Вопросы для устного опроса:**

1. Дайте определение понятию «имидж».
2. Классификации имиджа.
3. Перечислите и охарактеризуйте основные виды имиджа.
4. Охарактеризуйте функциональность имиджа.
5. Охарактеризуйте ритм как инструмент прикладной имиджелогии.
6. Рассмотрите необходимый элемент персонального имиджа – аромат.
7. Определите взаимосвязь и взаимозаменяемость элементов габитарного имиджа.
8. Проанализируйте управление персональным имиджем.
9. Охарактеризуйте технологии поддержания имиджа.
10. Проанализируйте психологический аспект дизайна имиджа личности.
11. Опишите особенности индивидуального подбора и дизайна прически.
12. Опишите особенности индивидуального подбора и дизайна визажа.
13. Опишите особенности индивидуального подбора дизайна ногтей.
14. Опишите особенности индивидуального подбора стилового направления в одежде.

#### **Темы для подготовки мультимедийных презентаций:**

1. Имидж делового человека.
2. Имидж преподавателя вуза.
3. Имидж студента вуза.
4. Имидж спортивного человека.
5. Образ для особого случая (свадьба).
6. Образ для особого случая (выпускной вечер).
7. Сказочный образ для детского праздника.

#### **Вопросы для проведения контрольной работы:**

1. Дайте определение понятию «имидж». Классификации имиджа, основные виды имиджа.
2. Охарактеризуйте функциональность имиджа.
3. Определите критерии эффективности имиджа.
4. Выполните сравнительную характеристику персонального и корпоративного имиджа: сходство и различие.
5. Выполните сравнительную характеристику персонального имиджа и индивидуального стиля: общее и особенное.
6. Опишите закономерности создания персонального имиджа.

7. Опишите закономерности и алгоритмы создания профессионального имиджа женщины.
8. Охарактеризуйте природные предпосылки персонального имиджа.
9. Выполните анализ внешности. Визуальная корректировка внешности.
10. Определите роль стереотипов в формировании и восприятии имиджа.
11. Определите роль цвета в создании персонального и корпоративного имиджа.
12. Определите роль простых форм в создании имиджа, фирменного стиля, логотипа.
13. Охарактеризуйте имидж делового человека. Требования протокола и этикета, предъявляемые к внешности делового человека. Соотношение этикетного и имиджевого начал в конкретном решении.

### **Лабораторные работы:**

1. Выполните разработку и эскизирование стилистической коллекции.
2. Выполните разработку и подбор стилевого направления в одежде.
3. Выполните разработку и моделирование прически.
4. Выполните разработку визажа.
5. Выполните разработку дизайна ногтей.
6. Разработайте технологический процесс подбора и создания индивидуального имиджа.
7. Охарактеризуйте психологический аспект дизайна имиджа личности.
8. Выполните индивидуальный подбор и дизайн прически.
9. Выполните индивидуальный подбор и дизайн визажа.
10. Выполните индивидуальный подбор и дизайн ногтей.
11. Выполните индивидуальный подбор стилевого направления в одежде.

### **3.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации (экзамен)**

1. Понятие «имидж». Классификации имиджа, основные виды имиджа.
2. Функциональность имиджа.
3. Структура имиджа. Типология имиджей.
4. Стихийность и сознательность в формировании имиджа.
5. Эффективность и неэффективность имиджа.
6. Критерии эффективности имиджа.
7. Персональный и корпоративный имидж: сходство и различие.



8. Персональный имидж и индивидуальный стиль: общее и особенное.
9. Закономерности создания персонального имиджа.
10. Закономерности создания профессионального имиджа.
11. Закономерности и алгоритмы создания профессионального имиджа женщины.
12. Природные предпосылки персонального имиджа.
13. Анализ внешности. Визуальная корректировка внешности.
14. Роль стереотипов в формировании и восприятии имиджа.
15. Сценарный подход к формированию персонального имиджа.
16. Ситуационный имидж.
17. Роль цвета в создании персонального и корпоративного имиджа.
18. Роль простых форм в создании имиджа, фирменного стиля, логотипа.
19. Имидж делового человека. Требования протокола и этикета, предъявляемые к внешности делового человека. Соотношение этикетного и имиджевого начал в конкретном решении.
20. Прозрачность и полупрозрачность как средство имиджмейкинга.
21. Восприятие фактуры (материала) в формировании представления о человеке, товаре, фирме.
22. Ритм как инструмент прикладной имиджелогии.
23. Аромат как необходимый элемент персонального имиджа.
24. Взаимосвязь и взаимозаменяемость элементов габитарного имиджа.
25. Управление персональным имиджем. Технологии поддержания имиджа.
26. Психологический аспект дизайна имиджа личности.
27. Индивидуальный подбор и дизайн прически.
28. Индивидуальный подбор и дизайн визажа.
29. Индивидуальный подбор и дизайн ногтей.
30. Индивидуальный подбор стилевого направления в одежде.
31. Особенности развития стиля и моды.
32. Факторы формирования стиля и моды.
33. Принципы индивидуальной особенности и потребности потребителя
34. Понятие стиля.
35. Стиливая и модная символика цвета в моде.
36. Художественные средства построения.
37. Технологические средства моделирования.
38. Значение художественного образа в развитии парикмахерского искусства.
39. Особенности создания подиумных работ.
40. Особенности создания конкурсных работ.
41. Теоретическое и методологическое обоснование имиджелогии как науки (понятие, научная проблема, структура научных исследований, объект, предмет исследования).

42. Современное состояние имиджелогии. Принципы имиджелогии.
43. Перспективы развития имиджелогии в России.
44. Сходства и различия имиджелогии и психологии имиджа.
45. Понятие имиджа. Имидж с точки зрения социальной психологии.
46. Характеристика смежных понятий «авторитет», «репутация», «мнение», «образ».
47. Личностные истоки имиджа (идентичность Я-концепция, социальная перцепция).
48. Основные различия подходов к проблеме Я-концепция У. Джемса и Дж. Мида.
49. Феноменологический подход к теории Я-концепции.
50. Когнитивный, аффективный и поведенческий компоненты имиджа.
51. Сознательный и бессознательные уровни функционирования имиджа.
52. Ключевые имиджевые характеристики объекта. Проблема объекта и субъекта имиджа. Личность как реципиент имиджа.
53. Типология личности как основа для оценки имиджевой
54. Я-концепция, как совокупность установок к самому себе. (Я образ).
55. Представления Я- концепции в виде символических структур.
56. Эффекты межличностного восприятия. Социальная перцепция: виды, закономерности.
57. Имидж как системное образование (визуальные, процессуальные, коммуникативные составляющие)
58. Социально-психологические функции имиджа (социальные стереотипы и т.д.).
59. Приоритетные функции имиджа (ценностные, технологические).
60. Символическая природа имиджа с точки зрения семиотического подхода.
61. Характеристика трех основных знаков семиотики.
62. Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа.
63. Роль механизмов социально-психологического влияния в процессе формирования имиджа.
64. Виды имиджа (по субъекту, характеру взаимодействия и т. д). Типологии по области применения: бизнес, реклама, шоу-бизнес, политика, управление организацией.
65. Основные закономерности и особенности функционирования персонального имиджа.
66. Структура персонального имиджа (габитарные и портретные характеристики, социально- ролевые и индивидуально – личностные качества).
67. Особенности иррациональных компонентов в структуре имиджа.
68. Роль самопрезентации в создании имиджа.
69. Стратегии и средства самопрезентации.

70. Специфика проведения тренинга самопрезентации. Эффективная самопрезентация.
71. Самооценка в структуре имиджа.
72. Глубинные характеристики имиджа (харизматический имидж).
73. Качественные характеристики эффективного личного имиджа.
74. Потребности как психологические предпосылки возникновения индустрии имиджа.
75. Коммуникационная модель формирования имиджа.
76. Когнитивные процессы в основе формирования имиджа.
77. Социальные стереотипы и установки.
78. Психолого - акмеологический подход к проблеме формирования профессионального имиджа.
79. Особенности профессионального имиджа студента. Критерии эффективности профессионального имиджа.
80. Психологические методы предупреждения профессиональных деформаций личности и возникновения негативного имиджа.
81. Особенности формирования имиджа организации от диагностики к моделированию. Основные закономерности создания имиджа организаций.
82. Новые подходы к формированию имиджа организации.
83. Факторы привлекательной корпоративной культуры. Роль имиджа учреждения (организации, формы) в условиях современного рынка услуг.
84. Внешний и внутренний имидж - изучение имиджа учреждения, методы оценки. Особенности оценки корпоративного имиджа.
85. Критерии эффективности корпоративного имиджа.
86. Корпоративная культура как составляющая часть имиджа организации.
87. Имидж учреждения государственной службы.
88. Политические аспекты имиджологии.
89. Особенности моделирования политического имиджа в России.
90. Основные характеристики имиджа политических лидеров в России.
91. Имидж делового человека (женщины, мужчины).
92. Предметный имидж: виды, характеристика, особенности построения.
93. Формирование имиджа торговой марки, информационного бренда.
94. Имидж рекламы.
95. Реклама и паблик рилейшенз, как средство формирования образа.
96. Технологии создания имиджа.
97. Принципы обратной связи в построении эффективного имиджа.
- Особенности самомониторинга и тестирования в управлении имиджем.
98. Технологии управления личным имиджем.
99. Техники возвышения личного имиджа.
100. Способы продвижения личного имиджа.
101. Самореклама и позиционирование.

102. Типичные ошибки при конструировании личного имиджа.
103. Имиджтехнологии оформления внешности человека.
104. Имидж делового человека.
105. Имидж руководителя.
106. Компоненты имиджа руководителя: личностный, социальный, профессиональный и свойства имиджа руководителя.
107. Создание установки принятия имиджа руководителя: ситуативной, фиксированной.
108. Символы авторитета и их влияние на формирование эффективного имиджа.
109. Социально-психологический тренинг имиджевых качеств личности.
110. Современная имиджелогия и проблемы имиджа региона.
111. Принципы и правила самообразования самовоспитания как одно из средств усиления имиджа.
112. Техники возвышения имиджа.
113. Способы выявления и устранения ошибок при конструировании и реализации имиджа.
114. Имидж студента: критерии построения, социально-психологические требования, особенности моделирования и оценка эффективности.
115. Понятие социально-психологического влияния. (Внушение, самопродвижение, заражение, пробуждение импульса к подражанию, принуждение, деструктивная критика, игнорирование, манипуляция).
116. Формирование имиджа в среде массовой коммуникации. Особенности применения печатных средств массовой информации.
117. Характеристика этапов формирования имиджа.
118. Выявление имиджевых качеств объекта.
119. Использование методов активного социально-психологического обучения в формировании имиджа.
120. Активные групповые методы. Поведенческий тренинг и т.д.
121. Внешняя и внутренняя мотивация по созданию имиджа.
122. Имидж ориентированный на самоощущение и имидж ориентированный на восприятие.
123. Я-концепция и Я-образ.
124. Типологии личности как основа для оценки имиджевой predisposedности потребителей.
125. Тело, лицо, поведение человека как объект его имиджа.
126. Закономерности зрительно восприятия лица фигуры человека. Характеристика стилей одежды.
127. Использование психодиагностики для создания психологического портрета личности.
128. Тесты, опросники, контент-анализ, биографический метод, наблюдение и особенности их применения.
129. Стратегии управления личным имиджем.
130. Построение эффективного имиджа.

131. Содержание профессиональной деятельности имиджмейкера как специалиста в сфере прикладной имиджелогии.
132. Роль и функции имиджмейкера в работе с личностью.
133. Человековедческие технологии в работе имиджмейкера.
134. Технология стимулирования делового честолюбия. Технология личного обаяния.
135. Технология ортобиоза. Ортобиотический тренинг.
136. Программа работы имиджмейкера в консалтинговой сфере.
137. Методы работы имиджмейкера в консалтинговой сфере (метод экспрессии, метод интроспективного анализа, рефлексивный тренинг, метод по развитию творческого самочувствия).
138. Стратегии и тактики построения имиджа.
139. Виды имиджирующей информации.
140. Принципы технологии формирования имиджа.