

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ЛГПУ»)

Факультет музыкально-художественного образования
имени Джульетты Якубович
Кафедра культурологии и музыкознания

УТВЕРЖДАЮ
Декан ФМХО
имени Джульетты Якубович
А.П. Кондратенко
«01» 24 г.

Приложение к рабочей программе учебной дисциплины

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации
обучающихся по дисциплине
Имиджелогия

По направлению подготовки 44.04.01 Педагогическое образование
Программа магистратуры Культурологическое образование
Квалификация выпускника – магистр
Форма обучения – очная, заочная
Курс – 1 (ОФО 1 семестр; ЗФО 6 семестр)

Разработчики:

доцент кафедры культурологии
и музыкознания
О.И. Коночкина,
старший преподаватель кафедры
культурологии и музыкознания
Г.В. Алехина
Заведующий кафедрой
культурологии и музыкознания

С.Г. Пиченикова
Протокол от «15» 01 2024 г. № 8

Луганск, 2024

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1.1. Область применения

Фонд оценочных средств (ФОС) – неотъемлемая часть рабочей программы учебной дисциплины «Имиджелогия» и предназначен для контроля и оценки образовательных достижений студентов-магистрантов, освоивших программу дисциплины.

1.2. Цели и задачи фонда оценочных средств

Цель ФОС – установить соответствие уровня подготовки обучающегося требованиям ФГОС ВО магистратура по направлению подготовки 44.04.01 Педагогическое образование, профиль «Культурологическое образование», утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 22 февраля 2018 № 126.

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

Процесс освоения дисциплины направлен на овладение следующими компетенциями и индикаторов их достижений:

Код по ФГОС ВО	Индикатор достижения
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1. Анализирует социокультурные различия социальных групп, опираясь на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории, социокультурных традиций мира, основных философских, религиозных и этических учений УК-5.2. Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям Отечества. УК-5.3. Конструктивно взаимодействует с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции
ОПК-4 - способен осуществлять духовно-нравственное воспитание обучающихся на основе базовых национальных ценностей;	ОПК-4.1. Определяет общие принципы и подходы к реализации процесса воспитания; методы и приемы формирования ценностных ориентаций обучающихся, развития нравственных чувств (совести, долга, эмпатии, ответственности и др.) и нравственного облика (терпения, милосердия и др.), нравственной позиции (способности развивать добро и зло, проявлять самоотверженность, готовность к преодолению жизненных испытаний) нравственного поведения, использует документы, реализующие содержание базовых национальных ценностей. ОПК-4.2. Создает воспитательные ситуации, содействующие становлению у обучающихся нравственной позиции, духовности,

	ценностного отношения к человеку. ОПК-4.3. Реализует методы и приемы становления нравственного отношения обучающихся к окружающей действительности; применяет способы усвоения и претворения в практическое действие и поведение духовных ценностей (индивидуально-личностных, общечеловеческих, национальных, семейных и др.) подрастающим поколением.
--	--

1.2. Этапы формирования компетенций и средства оценивания уровня их сформированности

Этапы формирования компетенций	Компетенции	Контрольно-оценочные средства / способ оценивания
Имиджелогия как научное направление.	УК-5, ОПК-4	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита.
Понятие имиджа в современной науке.	УК-5, ОПК-4	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита.
Имидж и социальная роль личности.	УК-5, ОПК-4	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита.
Имидж как результат самопрезентации личности.	УК-5, ОПК-4	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита.
Оформление внешности как средство создания имиджа личности.	УК-5, ОПК-4	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита.
Невербальная составляющая имиджа человека	УК-5, ОПК-4	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита. Выполнение практических заданий и их защита.
Имидж организации	УК-5, ОПК-4	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита.
Технологии формирования имиджа организации	УК-5, ОПК-4	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита.
Текущая аттестация	УК-5, ОПК-4	Контрольная работа
Промежуточная аттестация	УК-5, ОПК-4	Зачет (устный)

1.3. Описание показателей формирования компетенций

Код компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели)
УК-5;	<p>Знать: различные типы культур, закономерности и особенности их развития; механизмы межкультурного взаимодействия в обществе на современном этапе, принципы соотношения общемировых и национальных культурных процессов.</p> <p>Уметь: анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия, толерантно взаимодействовать с представителями различных культур.</p> <p>Владеть: методами и навыками эффективного межкультурного взаимодействия при выполнении профессиональных задач</p>
ОПК-4	<p>Знать основные принципы создания и реализации условий духовно-нравственного воспитания обучающихся на основе базовых национальных ценностей.</p> <p>Уметь создавать и реализовывать условия и принципы духовно-нравственного воспитания обучающихся на основе базовых национальных ценностей в конкретных ситуациях.</p> <p>Владеть опытом успешной реализации проектов по созданию условий духовно-нравственного воспитания обучающихся на основе базовых национальных ценностей.</p>

1.4. Критерии оценивания компетенций на разных этапах их формирования

Система оценивания учебных достижений студентов

Вид учебной работы	Количество баллов	
	ОФО	ЗФО
	1 семестр	6 семестр
Устные ответы на семинарских занятиях	40	15
Самостоятельная работа	10	35
Итоговый контроль (зачет устный)	50	50
Итого:	100	100

Накопительная система оценивания по 100-балльной шкале

Четырехбалльная система оценивания экзамена	100-балльная шкала	Буквенная шкала, соответствующая 100-балльной шкале	Система оценивания зачета
Отлично	90-100	А – 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	83-89	В – 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	75-82	С – 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	63-74	Д – 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	50-62	Е – 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	21-49	FX – 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	0-20	F – 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	
--	--	--	--

2. КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

2.1. Оценочные средства текущего контроля (типовые)

Вопросы для устного опроса:

1. Что изучает имиджелогия?
2. Социально-теоретическая и практическая обусловленность возникновения имиджелогии.
3. Основные подходы к определению имиджа.
4. Имидж как продукт целенаправленной и нецеленаправленной деятельности.
5. Сущность, характерные признаки имиджа.
6. Функции имиджа.
7. Типология имиджа.
8. Имидж как система.
9. Цель и задачи формирования имиджа.
10. Процесс формирования имиджа, характеристика этапов.
11. Какую роль играют средства массовой информации в формировании имиджа.
12. Имиджмейкер как ключевая фигура имиджмейкинга.
13. Коммуникативные стратегии продвижения имиджа.
14. Психологические технологии индивидуального имиджа.
15. Вербальные и невербальные средства формирования имиджа.

Темы для подготовки мультимедийных презентаций:

1. Роль одежды в формировании имиджа делового человека.
2. Мода и стиль в образе деловой женщины.
3. Мода и стиль в образе делового мужчины.
4. Имидж и мнение – соотношение понятий.
5. Имиджформирующая информация: характеристика составляющих ИФИ; структура прямой имиджформирующей информации; психологические механизмы восприятия имиджформирующей информации; способы направления имиджформирующей информации.
6. Сущность, характерные признаки имиджа; функции имиджа; типология имиджа.
7. Имидж политического лидера: сущность, структура, имиджевые характеристики; основные этапы формирования имиджа политика, их характеристика; технология моделирования имиджа политика; базовые черты политического лидера. Пути оптимизации имиджа политика. Продвижение и корректировка имиджа.
8. Перформанс как элемент имиджирования.
9. Психологические технологии индивидуального имиджа.
10. Технологии формирования имиджа организации.

Вопросы для проведения контрольной работы:

1. Социально-теоретическая и практическая обусловленность возникновения имиджелогии.

2. Основные подходы к определению имиджа, характеристики. Определение понятия.
3. Имидж как продукт целенаправленной и нецеленаправленной деятельности.
4. Имиджформирующая информация, характеристика ее составляющих, структура прямой имиджформирующей информации.
5. Функции имиджа.
6. Типология имиджа.
7. Цель и задачи формирования имиджа.
8. Процесс формирования имиджа.
9. Имиджмейкинг и формирование имиджа. Имиджмейкер как ключевая фигура имиджмейкинга.
10. Коммуникативные стратегии продвижения имиджа.
11. Психологические технологии индивидуального имиджа.
12. Вербальные средства формирования имиджа.
13. Невербальные средства формирования имиджа.
14. Охарактеризуйте имидж организации.
15. Технологии формирования имиджа организации.

2.2. Практические задания:

Тесты

Выбрать единственный верный вариант ответа.

1. Содержание понятия имиджа организации включает две составляющие:
 - a) познавательную и оценочностную
 - b) описательную и оценочностную
 - c) описательную и бытийную
2. Имидж – это
 - a) эмоционально окрашенный психический образ чего-либо или кого-либо
 - b) облик предмета
 - c) восприятие человека человеком
3. Впервые термин «имидж» был использован
 - a) в политической сфере
 - b) в юридической сфере
 - c) в экономической сфере
4. Прообраз имиджа – это
 - a) субъект, воспринимающий имидж
 - b) субъект, представленный в имидже,
 - c) субъект, ориентированный на имидж
5. Имиджелогия изучает профессиональную деятельность
 - a) по созданию и преобразованию имиджа
 - b) по созданию образов
 - c) манипулированию
6. При создании делового имиджа необходимо учитывать
 - a) характер внешней среды
 - b) ожидания аудитории
 - c) корпоративные принципы
7. Внешней формой выражения делового имиджа является
 - a) одежда
 - b) обувь
 - c) мысли
8. Анализ внешней среды позволит прогнозировать
 - a) наиболее неблагоприятное стечение факторов внешней среды
 - b) наиболее благоприятное стечение факторов внешней среды

с) наиболее благоприятное стечение факторов внутренней среды

9. Деловой имидж следует считать важной составной

а) политической культуры

б) культуры делового общения

с) русской культуры

10. Чем имидж удачнее, тем выше

а) профессиональный и политический авторитет

б) интеллект

с) способности человека

2.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Перечень вопросов к зачету (устному)

УК-5

1. Имиджелогия как научно-прикладная система знаний.
2. Социально-теоретическая и практическая обусловленность возникновения имиджелогии.
3. Понятие имиджа.
4. Имидж с точки зрения социальной психологии.
5. Характеристика понятия «авторитет».
6. Характеристика понятия «репутация»
7. Характеристика понятия «мнение».
8. Характеристика понятия «образ».
9. Личностные истоки имиджа (Я-концепция).
10. Функции имиджа.
11. Когнитивный компонент имиджа
12. Аффективный компонент имиджа.
13. Поведенческий компонент имиджа.
14. Сознательный и бессознательные уровни функционирования имиджа.
15. Ключевые имиджевые характеристики объекта.
16. Личность как реципиент имиджа.
17. Типология личности как основа для имиджевой оценки.
18. Я- концепция, как совокупность установок к самому себе.
19. Эффекты межличностного восприятия.
20. Имидж как системное образование (визуальные, процессуальные, коммуникативные составляющие)
21. Социально- психологические функции имиджа (социальные стереотипы).
22. Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа.
23. Роль механизмов социально-психологического влияния в процессе формирования имиджа.
24. Виды имиджа (по субъекту, характеру взаимодействия и т. д).
25. Типологии по области применения: бизнес, реклама, шоу-бизнес,
26. Типологии по области применения политика, управление организацией.
27. Структура персонального имиджа (габитарные и портретные характеристики)
28. Структура персонального имиджа (социально- ролевые и индивидуально – личностные качества).
29. Особенности иррациональных компонентов в структуре имиджа.
30. Роль самопрезентации в создании имиджа.
31. Стратегии и средства самопрезентации.
32. Специфика проведения тренинга самопрезентации.
33. Эффективная самопрезентация.
34. Самооценка в структуре имиджа.

35. Глубинные характеристики имиджа (харизматический имидж).
36. Качественные характеристики эффективного личного имиджа.
37. Потребности как психологические предпосылки возникновения индустрии имиджа.
38. Коммуникационная модель формирования имиджа.
39. Когнитивные процессы в основе формирования имиджа.
40. Социальные стереотипы и установки.
41. Психолого-акмеологический подход к проблеме формирования профессионального имиджа.
42. Особенности профессионального имиджа студента.
43. Психологические методы предупреждения профессиональных деформаций личности и возникновения негативного имиджа.
44. Особенности формирования имиджа организации от диагностики к моделированию.
45. Основные закономерности создания имиджа организаций.
46. Новые подходы к формированию имиджа организации.
47. Факторы привлекательной корпоративной культуры.
48. Роль имиджа учреждения (организации, формы) в условиях современного рынка услуг.
49. Внешний и внутренний имидж - изучение имиджа учреждения, методы оценки.
50. Особенности оценки корпоративного имиджа.
51. Критерии эффективности корпоративного имиджа.
52. Корпоративная культура как составляющая часть имиджа организации.
53. Имидж учреждения государственной службы
54. Политические аспекты имиджелогии.
55. Особенности моделирования политического имиджа в России.
56. Основные характеристики имиджа политических лидеров в России.
57. Имидж делового человека (мужчины).
58. Имидж делового человека (женщины).
59. Предметный имидж: виды, характеристика, особенности построения.
60. Формирование имиджа торговой марки, информационного бренда.
61. Имидж рекламы. Реклама и паблик рилейшенз, как средство формирования образа.
62. Технологии создания имиджа.
63. Принципы обратной связи в построении эффективного имиджа.
64. Технологии управления личным имиджем.
65. Типичные ошибки при конструировании личного имиджа.
66. Имиджтехнологии оформления внешности человека.
67. Имидж руководителя. Компоненты имиджа руководителя: личностный, социальный, профессиональный и свойства имиджа руководителя.
68. Проблемы имиджа региона.
69. Принципы и правила самообразования самовоспитания как одно из средств усиления имиджа.
70. Имидж студента: критерии построения, социально- психологические требования, особенности моделирования и оценка эффективности

ОПК-4

1. Способы выявления и устранения ошибок при конструировании и реализации имиджа.
2. Понятие социально-психологического влияния. (Внушение, самопродвижение, заражение, пробуждение импульса к подражанию, принуждение, деструктивная критика, игнорирование, манипуляция).
3. Формирование имиджа в среде массовой коммуникации. Особенности применения печатных средств массовой информации.
4. Характеристика этапов формирования имиджа.

5. Выявление имиджевых качеств объекта.
6. Использование методов активного социально-психологического обучения в формировании имиджа. Активные групповые методы. Поведенческий тренинг и т.д.
7. Внешняя и внутренняя мотивация по созданию имиджа. Имидж, ориентированный на самооощущение и имидж, ориентированный на восприятие. Я-концепция и Я-образ.
8. Типологии личности как основа для оценки имиджевой предрасположенности потребителей.
9. Тело, лицо, поведение человека как объект его имиджа. Закономерности зрительно восприятия лица фигуры человека. Характеристика стилей одежды.
10. Использование психодиагностики для создания психологического портрета личности. Тесты, опросники, контент-анализ, биографический метод, наблюдение и особенности их применения.
11. Стратегии управления личным имиджем. Построение эффективного имиджа.
12. Когнитивный компонент имиджа
13. Аффективный компонент имиджа.
14. Поведенческий компонент имиджа.
15. Сознательный и бессознательные уровни функционирования имиджа.
16. Ключевые имиджевые характеристики объекта.
17. Личность как реципиент имиджа.
18. Типология личности как основа для имиджевой оценки.
19. Я- концепция, как совокупность установок к самому себе.
20. Эффекты межличностного восприятия.
21. Имидж как системное образование (визуальные, процессуальные, коммуникативные составляющие)
22. Социально- психологические функции имиджа (социальные стереотипы).
23. Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа.
24. Роль механизмов социально-психологического влияния в процессе формирования имиджа.
25. Виды имиджа (по субъекту, характеру взаимодействия и т. д).
26. Типологии по области применения: бизнес, реклама, шоу-бизнес,
27. Типологии по области применения политика, управление организацией.
28. Структура персонального имиджа (габитарные и портретные характеристики)
29. Структура персонального имиджа (социально- ролевые и индивидуально – личностные качества).
30. Роль самопрезентации в создании имиджа.
31. Стратегии и средства самопрезентации.
32. Специфика проведения тренинга самопрезентации.
33. Эффективная самопрезентация.
34. Самооценка в структуре имиджа.
35. Глубинные характеристики имиджа (харизматический имидж).
36. Качественные характеристики эффективного личного имиджа.
37. Потребности как психологические предпосылки возникновения индустрии имиджа.
38. Коммуникационная модель формирования имиджа.
39. Когнитивные процессы в основе формирования имиджа.
40. Социальные стереотипы и установки.
41. Психолого-акмеологический подход к проблеме формирования профессионального имиджа.
42. Особенности профессионального имиджа студента.

43. Психологические методы предупреждения профессиональных деформаций личности и возникновения негативного имиджа.
44. Особенности формирования имиджа организации от диагностики к моделированию.
45. Основные закономерности создания имиджа организаций.
46. Новые подходы к формированию имиджа организации.
47. Факторы привлекательной корпоративной культуры.
48. Роль имиджа учреждения (организации, формы) в условиях современного рынка услуг.
49. Внешний и внутренний имидж - изучение имиджа учреждения, методы оценки.
50. Особенности оценки корпоративного имиджа.
51. Критерии эффективности корпоративного имиджа.
52. Корпоративная культура как составляющая часть имиджа организации.
53. Имидж учреждения государственной службы
54. Основные характеристики имиджа политических лидеров в России.
55. Имидж делового человека (мужчины).
56. Имидж делового человека (женщины).
57. Предметный имидж: виды, характеристика, особенности построения.
58. Формирование имиджа торговой марки, информационного бренда.
59. Имидж рекламы. Реклама и паблик рилейшенз, как средство формирования образа.
60. Технологии создания имиджа.
61. Принципы обратной связи в построении эффективного имиджа.
62. Технологии управления личным имиджем.
63. Типичные ошибки при конструировании личного имиджа.
64. Имиджтехнологии оформления внешности человека.
65. Имидж руководителя. Компоненты имиджа руководителя: личностный, социальный, профессиональный и свойства имиджа руководителя.
66. Проблемы имиджа региона.
67. Принципы и правила самообразования самовоспитания как одно из средств усиления имиджа.
68. Содержание профессиональной деятельности имиджмейкера как специалиста в сфере прикладной имиджелогии. Роль и функции имиджмейкера в работе с личностью.
69. Человеческие технологии в работе имиджмейкера. Технология стимулирования делового честолюбия. Технология личного обаяния.
70. Программа работы имиджмейкера в консалтинговой сфере. Методы Стратегии и тактики построения имиджа. Виды имиджирующей информации. Принципы технологии формирования имиджа.