

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

Структурное подразделение Институт музыкального и художественного  
образования имени Джульетты Якубович

Кафедра дополнительного образования детей и взрослых

УТВЕРЖДАЮ  
Директор ИМХО  
имени Джульетты Якубович  
А.П. Кондратенко  
11 декабря 2024 г.

Приложение к рабочей программе учебной дисциплины

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

Имиджевый дизайн

По направлению подготовки 44.04.01 Педагогическое образование  
Программа магистратуры – Педагогика дополнительного образования  
Квалификация выпускника – магистр  
Форма обучения – очная  
Курс – 2 курс (3 семестр)

Разработчик  
доцент Федорищева С.П.  
ст. преподаватель Кривуля Р.Е.

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

Протокол  
от «15» ноября 2024 г. № 5

Луганск, 2024

# 1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

## 1.1. Область применения

Фонд оценочных средств (ФОС) – неотъемлемая часть рабочей программы дисциплины «Имиджевый дизайн» 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 – магистратура по направлению подготовки 44.04.01 Педагогическое образование, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 22.02.2018 № 126 (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
Универсальные	
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1. Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними. УК-1.2. Осуществляет поиск алгоритмов решения поставленной проблемной ситуации на основе доступных источников информации. Определяет в рамках выбранного алгоритма вопросы (задачи), подлежащие дальнейшей детальной разработке. Предлагает способы их решения. УК-1.3. Разрабатывает стратегию достижения поставленной цели как последовательность шагов, предвидя результат каждого из них и оценивая их влияние на внешнее окружение планируемой деятельности и на взаимоотношения участников этой деятельности
УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе	УК-6.1. Находит и творчески использует имеющийся опыт в соответствии с задачами саморазвития.

самооценки	<p>УК-6.2. Самостоятельно выявляет мотивы и стимулы для саморазвития, определяя реалистические цели профессионального роста.</p> <p>УК-6.3. Планирует профессиональную траекторию с учетом особенностей как профессиональной, так и других видов деятельности и требований рынка труда.</p> <p>УК-6.4. Действует в условиях неопределенности, корректируя планы и шаги по их реализации с учетом имеющихся ресурсов.</p>
Профессиональные	
ПК-5. Способен организовывать проектную деятельность обучающихся по профессиональному росту и личностному развитию	<p>ПК-5.1. <i>Знает</i> способы организации своего профессионального и личностного развития</p> <p>ПК-5.2. <i>Умеет</i> осуществлять отбор средств реализации программ профессионального и личностного роста.</p> <p>ПК-5.3. <i>Владеет</i> навыком проектирования деятельности обучающихся по профессиональному росту и личностному развитию.</p>

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

Этапы формирования компетенций	Компетенции	Контрольно-оценочные средства / способ оценивания
Раздел 1. Имидж и его значение в дополнительном образовании	УК-1, УК-6, ПК-5	Устный опрос
Раздел 2. Анализ существующих имидж-технологий в дополнительном образовании	УК-1, УК-6, ПК-5	Выполнение практических заданий, подготовка рефератов
Раздел 3. Основные типы и функции имиджа в дополнительном образовании	УК-1, УК-6, ПК-5	Выполнение практических заданий, подготовка рефератов. Подготовка доклада.
Раздел 4. Составляющие индивидуального имиджа работника дополнительного образования	УК-1, УК-6, ПК-5	Подготовка мультимедийных презентаций Выполнение практических заданий
Раздел 5. Символическая природа имиджа	УК-1, УК-6, ПК-5	Выполнение практических заданий, подготовка рефератов
Раздел 6. Имиджирование как форма самопрезентации в дополнительном образовании	УК-1, УК-6, ПК-5	Выполнение практических заданий, подготовка рефератов. Подготовка доклада.

Текущая аттестация	УК-1, УК-6, ПК-5	Тестирование
Промежуточная аттестация	УК-1, УК-6, ПК-5	экзамен

### 1.5. Описание показателей формирования компетенций

Код компетенции	Результаты сформированности
УК-1	<p><b>знать:</b> основные методы критического анализа; методологию системного подхода; методы анализа проблемной ситуации как системы, выявляя ее составляющие и связи между ними.</p> <p><b>уметь:</b> выявлять проблемные ситуации, используя методы анализа, синтеза и абстрактного мышления; осуществлять поиск решений проблемных ситуаций на основе действий, эксперимента и опыта; производить анализ явлений и обрабатывать полученные результаты; определять в рамках выбранного алгоритма вопросы (задачи), подлежащие дальнейшей разработке и предлагать способы их решения; формировать и аргументированно отстаивать собственную позицию по различным профессиональным проблемам;</p> <p><b>владеть:</b> технологиями выхода из проблемных ситуаций, навыками выработки стратегии действий; навыками критического анализа; методикой разработки стратегии достижения поставленной цели как последовательности шагов, предвидя результат каждого из них и оценивая их влияние на внешнее окружение планируемой деятельности и на взаимоотношения участников этой деятельности.</p>
УК-6	<p><b>знать:</b> основы планирования профессиональной траектории с учетом особенностей как профессиональной, так и других видов деятельности и требований рынка труда; способы совершенствования своей деятельности на основе самооценки.</p> <p><b>уметь:</b> расставлять приоритеты профессиональной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки; планировать самостоятельную деятельность в решении профессиональных задач; подвергать критическому анализу проделанную работу; находить и творчески использовать имеющийся опыт в соответствии с задачами саморазвития;</p> <p><b>владеть:</b> навыками выявления стимулов для саморазвития; навыками определения реалистических целей профессионального роста</p>
ПК-5	<p><b>знать:</b> структуру и понятия профессионального мастерства, пути становления и его реализации;</p> <p><b>уметь:</b> проектировать содержание профессиональной деятельности и формирования компонентов профессионального мастерства;</p> <p><b>владеть:</b> умениями и навыками профессионального образования и развития;</p>

### 1.6. Критерии оценивания компетенций на разных этапах их формирования

Вид учебной работы	Количество
--------------------	------------

	баллов		
	ОФО	О-ЗФО	ЗФО
Конспект лекций	6		
Выполнение практических работ 18 занятий по 3 балла	54		
Самостоятельная работа	10		
выполнение тестовых заданий	10		
экзамен	20		
<b>Всего</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	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 курса 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 учебной программой обучения учебные задания не выполнены либо качество выполненных некоторых из них оценено числом баллов, близким к минимальному	Не зачтено
Неудовлетворительно	21-49	FX – неудовлетворительно – теоретическое	

		содержание курса освоено частично; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом не сформированы; большинство предусмотренных учебной программой обучения учебных заданий не выполнено либо качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному; при дополнительно самостоятельной работе над материалом курса возможно повышение качества выполнения учебных заданий	
Неудовлетворительно	<b>0-20</b>	<b>Г</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	

## 2. КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

### 2.1. Оценочные средства текущего контроля (типовые)

#### Вопросы для устного опроса:

1. Проанализируйте формирование представлений об имидже в культуре второй половины XX века.
2. Определите предмет и законы имиджелогии. Имиджелогия в системе дополнительного образования.
3. Опишите основные понятия имиджелогии. Имиджмейкинг, имиджбилдинг.
4. Определите проблему соотношения имиджмейкинга и PR в разработке и поддержании имиджа.
5. Охарактеризуйте имидж как систему и процесс. Формирование имидж-модели.
6. Охарактеризуйте проблемы практической реализации имидж-модели в дополнительном образовании.
7. Опишите структуру имиджа. Структурный подход к формированию имиджа.
8. Проанализируйте типологию имиджей.
9. Раскройте функции персонального имиджа.
10. Раскройте функции имиджа организации.
11. Охарактеризуйте роль репутации в формировании имиджа.

#### Вопросы для проведения контрольных работ:

1. Качество материалов и их роль в создании имиджа.
2. Соответствие аксессуарной группы фигуре, возрасту, ситуации, времени года, стилю.
3. Анализ личных и профессиональных требований к одежде. Формула стоимости гардероба.

4. Имидж продукта и место имиджмейкера в работе над ним.
5. Образный имидж. Основные стили и направления.
6. Моделирование и коррекция лица. Все виды макияжа. Современные тенденции в макияже.
7. Динамический имидж.
8. Кинетический имидж.
9. Социальный имидж.
10. Средовый имидж. Влияние социальной среды на формирование имиджа.

### Практические задания:

Задание 1. Проиграть в аудитории диалоги, в которых проявляются основные критерии построения имиджа. Для отработки формул речевого этикета необходимо вспомнить все формулы, которые используются в указанных ситуациях.

Задание 2. Используя словари и справочники, поясните, в чем состоит вклад данных ученых в становление теории коммуникации: Х.Ч. Кули, Г. Блумер, М. Вебер, Д. Белл, Б. Берельсон и Г. Годэ, Э. Роджерс, К. Левин, Г.М. Мак-Люэн.

Оформите ваши ответы в таблицу:

Ученый	Годы жизни	Вклад в становление теории коммуникации

Задание 3. Приведите примеры ситуаций (по одному примеру), в которых вы реализуете субъект-объектные, субъект-субъектные, и объект-субъектные отношения.

Задание 4. Составьте перечень формул речевого этикета, которые вы можете использовать при обращении к:

- пожилому человеку, чтобы узнать, который час;
- секретарю руководителя, чтобы узнать решение по вашему заявлению;
- приятелю, чтобы попросить у него словарь;
- преподавателю, чтобы попросить у него принять экзамен досрочно.

Задание 5. Проанализируйте 2-3 рекламных ролика, обращая внимание на такие параметры, как новизна, доступность, оригинальности, избыточность информации. Выявите адресата, опишите, в чем проявляется ориентация на целевую аудиторию. Перечислите, какие вербальные и невербальные средства использованы для воздействия на адресата. Перечислите, какие аргументы использованы в пользу рекламируемого объекта.

Задание 6. Проанализируйте знаковую функцию одежды на примере следующих единиц: шорты, мини-юбка, вечернее платье, кроссовки, пиджак, спортивный костюм, галстук, пионерский галстук. Приведите собственные примеры знаковой функции одежды.

Задание 7. Используя теоретические знания об основных компонентах внешнего имиджа организации разработать концепцию формирования и продвижения имиджа новой компании. Продумать профиль деятельности компании, продукцию или услуги, которые она производит и ключевые характеристики основных потребителей. Исходя из данных объективных условий продумать:

- название компании;
- корпоративные цвета (с обоснованием выбора);
- корпоративный слоган;
- логотип компании;
- требования к оформлению офиса, магазина, и т.д.;
- перечень корпоративных требований к сотрудникам;
- основные направления распространения имиджевой информации о компании.

Задание 8. Разработайте требования к внешнему виду и поведению сотрудников:

а) банка; б) туристической компании; в) рекламного агентства; г) магазина одежды для покупателя с уровнем дохода выше среднего; д) IT-компании; ж) частного детского сада; з) отдела продаж завода-производителя холодильного оборудования.

Задание 9. Составьте перечень мероприятий для внедрения новых корпоративных требований в внешнем виде и поведении сотрудников.

Задание 10. Разработать сценарий корпоративного мероприятия, в котором принимают участие: а) только сотрудники компании; б) сотрудники компании с членами семьи; в) сотрудники компании с детьми.

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

УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий

1. Имиджелогия как наука. Её функции.
2. Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа.
3. Компоненты имиджа.
4. Стратегии и тактики построения имиджа.
5. Корпоративный имидж.
6. Имидж руководителя.
7. Индивидуальный имидж.
8. Основные понятия имиджелогии и её инструментарий.
9. Имиджевые стратегии.
10. Персональный имидж.
11. Построение собеседования.
12. Корпоративная имиджелогия.
13. Источники имиджирующей информации.



14. Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа.
15. Компоненты имиджа.
16. Стратегии и тактики построения имиджа.
17. Имиджформирующая информация индивидуального имиджа.
18. Программа формирования имиджа.
19. Коррекция имиджа.
20. Технологии формирования корпоративного имиджа и репутации.
21. Имидж при поиске работы.
22. История имиджелогии как науки.
23. Имидж и его структура.
24. Формы и методы создания имиджа персоны.
25. Имидж и социальный стереотип. Функции имиджа.
26. Dress-code, look, стиль, мода, образ.
27. Имидж, репутация, имиджирование. Искусство самопрезентации.
28. Паспорт имиджа.
29. Проективность и целесообразность имиджа.
30. Индивидуальный имидж.
31. Групповой имидж.
32. Роль стилистики при разработке габитарного имиджа.
33. Стереотипы имиджа.
34. Характеристики основных цветотипов. Переходные и смешанные цветотипажи.
35. «Язык» цвета. Построение различных имиджевых портретов.
36. Цветодиагностика личности.
37. Теория иллюзий зрительного восприятия.
38. Типы отношения к одежде. Определение доминирующего силуэта в костюмном ансамбле.
39. Анализ и сравнение женских и мужских стилевых направлений.
40. Этикет и его роль в формировании имиджа.
41. Имидж и его роль в деловой жизни.
42. Субъекты имиджирования.
43. Атрибуты, факторы и компоненты имиджа.
44. Концептуальные характеристики имиджа.
45. Разновидности имиджа.
46. Имидж как предмет внимания науки.
47. Концептуальные модели корпоративного имиджа.
48. Парадигмальный сдвиг в исследованиях корпоративного имиджа: акцент на особенностях получателя имиджформирующей информации.
49. Традиционная и современная модели коммуникации и имиджа.
50. Корпоративная репутация в системе имиджирования.
51. Корпоративная философия – фундамент имиджа учреждения дополнительного образования.
52. Понятие корпоративной философии.

53. Основополагающая роль корпоративной философии в формировании имиджа учреждения дополнительного образования.

54. Исследование связи корпоративной философии и успешности работы учреждения дополнительного образования.

55. Формы декларирования корпоративной философии.

56. Практика структурирования деклараций философии учреждения дополнительного образования.

57. Основы технологии формирования внешнего имиджа учреждения дополнительного образования.

58. Функции внешнего имиджирования.

59. Идентификация, акцентуация и продвижение в технологии формирования внешнего имиджа.

60. Проектирование корпоративного имиджа.

61. Технические задачи имиджевых коммуникаций.

62. Определение целевых аудиторий.

63. Разработка компонентов внешнего имиджа учреждения дополнительного образования.

64. Основы технологии формирования внутреннего имиджа учреждения дополнительного образования.

65. Целенаправленное управление внутренней коммуникацией в целях имиджирования.

66. Обучение и консультирование, непосредственно направленные на поддержание имиджа организации в глазах персонала.

67. Программы стимулирования труда и формирование позитивного имиджа учреждения дополнительного образования.

68. Сохранение и защита позитивного имиджа учреждения дополнительного образования.

69. Аспекты сохранения и защиты позитивного имиджа.

70. Поддержание провозглашенных корпоративных стандартов: добросовестность в служении декларируемым принципам, подтверждение качества работы престижными наградами и сертификатами, членство в авторитетных организациях, поддержание профессиональных стандартов, антикризисный PR.

УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.

1. Персональный деловой имидж: структура, факторы.

2. Понятия личностного персонального, профессионального, делового имиджа.

3. Факторы и компоненты персонального делового имиджа.

4. Внешние факторы персонального делового имиджа.

5. Внутренние факторы, определяющие персональный деловой имидж.

6. Кинетический и вербальный имидж.

7. Кинетический язык личности.

8. Составляющие кинетического имиджа.

9. Понятие «вербального имиджа».
10. Факторы, влияющие на вербальный имидж.
11. Приемы формирования вербального имиджа.
12. Основы технологии социального имиджа учреждения дополнительного образования.
13. Целенаправленное управление внешней коммуникацией в целях формирования социального позиционирования учреждения дополнительного образования.
14. Проведения мероприятий, непосредственно направленных на поддержание имиджа организации в социальном пространстве.
15. Роль службы по связям с общественностью в создании имиджа учреждения дополнительного образования.
16. Понимание источников, факторов, структуры имиджа, связи имиджа с поведением потребителей и корпоративной идентичностью в традиционной и современной моделях.
17. Факторы корпоративной репутации.
18. Измерение корпоративной репутации.
19. Кадровая политика предприятия как способ формирования внутреннего имиджа учреждения дополнительного образования.
20. Изменчивость и устойчивость имиджа.
21. Мониторинг корпоративного имиджа.
22. «Я-концепция» – основа персонального имиджа.
23. Три уровня «Я-концепции».
24. Анализ «Я-внутреннего» и «Я-зеркального».
25. Виды имиджа.
26. Ментальный имидж.
27. Мифологизация образа.
28. Функциональные характеристики имиджа.
29. Ценностные и технологические функции имиджа.
30. Функции идентификации, идеализации и противопоставления.
31. Социальные эффекты восприятия имиджа.
32. Имидж как социокультурный феномен.
33. Классификация имиджа. Функции имиджа.
34. Значение корпоративной культуры для имиджа учреждения дополнительного образования.
35. Социальная ответственность как современная имиджевая характеристика учреждения дополнительного образования.
36. Роль бренда в формировании корпоративного имиджа.
37. Технологии управления персональным имиджем.
38. Деловой этикет как инструмент формирования индивидуального и корпоративного имиджа.
39. Маркетинговые коммуникации в продвижении успешного имиджа учреждения дополнительного образования.
40. Основные социально-психологические закономерности и факторы формирования первого впечатления.

41. Вербальные и невербальные компоненты межличностного общения как источники информации о человеке.
42. Социально-психологические закономерности формирования имиджа в повседневном общении.
43. Социально-психологические закономерности формирования имиджа человека в СМИ.
44. Цивилизационные особенности функционирования мифа и имиджа.
45. Миф и имидж – общее и уникальное.
46. Национальные особенности возникновения имиджа и мифа.
47. Роль коллективного бессознательного при формировании имиджа.
48. Переход от имиджа к мифу.
49. Форма и содержание имиджа.
50. Управление средствами массовой информации и информацией для создания и поддержания имиджа.
51. Формирование собственного информационного потока.
52. Сегментирование информационного потока, манипулирование информацией.
53. Корпоративный имидж, его отличие от других типов имиджа.
54. Внутренний и внешний имидж учреждения дополнительного образования.
55. Использование современных (PR) технологий с целью формирования позитивного имиджа учреждения дополнительного образования в общественном сознании.
56. Феномен персонификации предметного мира и его использование при «искусственном» формировании имиджа образовательных услуг.
57. Социально-психологические механизмы формирования группового имиджа.
58. Имидж малой группы в контексте межгруппового восприятия и взаимодействия.
59. Приоритетная поставка информации, информационное партнерство.
60. Оптимизация формы и стиля подачи материалов.
61. Психологические приемы привлечения и удержания внимания аудитории.
62. Формирование установки на доверие (недоверие) со стороны аудитории.
63. Использование психологических особенностей отдельных социальных групп.
64. Использование общих особенностей восприятия.
65. Использование специфических навыков коммуникации (нейролингвистическое программирование, трансактный анализ, внушение, метод когнитивного диссонанса).
66. Я-концепция как совокупность установок и имидж.

67. Имидж в системе индивидуального поведения и социального влияния.

68. Создание имиджа как способ преодоления когнитивного диссонанса.

69. Категоризация и восприятие имиджа.

70. Особенности индивидуального имиджа.

ПК-5. Способен организовывать проектную деятельность обучающихся по профессиональному росту и личностному развитию.

1. Особенности создания имиджа, ориентированного на самооощущение.

2. Особенности создания имиджа, ориентированного на восприятие.

3. Имидж учреждения дополнительного образования: структура и психологические факторы эффективности.

4. Оценка и формирование корпоративного имиджа учреждения дополнительного образования.

5. Имидж как фактор коммерческого успеха учреждения дополнительного образования.

6. Специфика имиджа как атрибута учреждения дополнительного образования.

7. Структура корпоративного имиджа учреждения дополнительного образования.

8. Этапы формирования корпоративного имиджа учреждения дополнительного образования.

9. Социально-психологические основы изучения имиджа образовательных услуг.

10. Условия формирования и продвижения имиджа образовательных услуг.

11. Особенности взаимосвязи характеристик персонального и предметного имиджа.

12. Предметный имидж и имидж среды.

13. Что такое имиджирование.

14. Какие основные цели и задачи имиджирования в дополнительном образовании.

15. Какие методы и подходы используются для создания положительного имиджа педагога в дополнительном образовании.

16. Как создать привлекательный образ педагога в социальных сетях.

17. Какую роль играют личные качества педагога в формировании его имиджа.

18. Как правильно использовать стиль одежды для создания имиджа педагога.

19. Какие коммуникативные навыки необходимы для успешной самопрезентации педагога в дополнительном образовании.

20. Как организовать работу с родителями для формирования положительного имиджа педагога.

21. Какие профессиональные компетенции необходимы для успешного имиджирования педагога в дополнительном образовании.
22. Как использовать современные технологии и медиа для продвижения имиджа педагогу.
23. Какие особенности создания имиджа педагога дополнительного образования в онлайн-образовании.
24. Какие техники самопрезентации можно использовать для создания профессионального образа педагога.
25. Как работать с негативными отзывами и критикой в процессе имиджирования.
26. Какие подходы к саморазвитию и самосовершенствованию помогут педагогу улучшить свой имидж.
27. Как разработать стратегию продвижения своего имиджа в дополнительном образовании.
28. Какие ключевые аспекты нужно учитывать при создании имиджа педагога в цифровом мире.
29. Как создать позитивный имидж педагога, который привлекает и удерживает внимание студентов.
30. Какие навыки эффективного общения и взаимодействия с коллегами и администрацией помогут педагогу укрепить свой имидж в дополнительном образовании.
31. Какова символическая природа имиджа.
32. Как имидж может влиять на восприятие человека.
33. Какие символы могут использоваться для создания имиджа.
34. Как символы могут быть использованы для создания позитивного или негативного имиджа.
35. Что такое «имиджевый миф».
36. Как можно использовать символическую природу имиджа для создания желаемого образа.
37. Какова роль символов в создании имиджа бренда.
38. Как символы могут помочь создать уникальный и запоминающийся имидж.
39. Что такое символический капитал.
40. Как символическая природа имиджа может быть использована для продвижения образовательных услуг.
41. Что такое символы статуса и как они используются для создания имиджа.
42. Какова роль знаков и символов в формировании имиджа личности.
43. Как символы могут влиять на восприятие информации.
44. Что такое «символическое потребление».
45. Как символы могут способствовать созданию идентичности бренда.
46. Что такое культурные символы и как они связаны с имиджем.

47. Что такое визуальные символы и как они могут быть использованы в имидже.

48. Какова роль метафоры и аллегории в создании символического имиджа.

49. Какие основные типы имиджа можно выделить в дополнительном образовании.

50. Что включает в себя персональный имидж педагога дополнительного образования.

51. Какую роль играет профессиональный имидж в работе педагога дополнительного образования.

52. Каковы основные функции имиджа в образовательном процессе.

53. Каким образом имидж может способствовать повышению профессиональной компетентности педагога.

54. В чем заключается специфика формирования имиджа педагога дополнительного образования.

55. Какую роль играют личностные качества педагога в создании его имиджа.

56. Какие средства и методы используются для создания и поддержания имиджа педагога в дополнительном образовании.

57. В чем заключаются особенности имиджа педагога в контексте дистанционного обучения.

58. Какие социальные факторы влияют на формирование имиджа педагога дополнительного образования.

59. Какую роль играют современные технологии в создании и продвижении имиджа педагога.

60. Какую роль играет стиль общения педагога с учащимися в формировании его имиджа.

61. В чем отличие имиджа педагога от имиджа других профессиональных групп.

62. Что такое корпоративный имидж образовательного учреждения и как он связан с имиджем педагога.

63. Какую роль играет внешний вид педагога в создании его профессионального имиджа.

64. Какое значение имеет самопрезентация педагога для формирования его имиджа у учащихся и коллег.

65. В чем проявляется влияние имиджа педагога на успешность его профессиональной деятельности.

66. Какую роль в создании положительного имиджа педагога играют его достижения и успехи в профессиональной сфере.

67. Какие психологические аспекты необходимо учитывать при формировании имиджа педагога дополнительного образования.

68. В чем состоит специфика формирования и поддержания имиджа педагога дополнительного образования на рынке образовательных услуг.

69. Как традиционная и современная модели рассматривают имиджеформирующие источники и факторы имиджа.

70. Какое место занимают особенности восприятия реципиентов в традиционной и современной модели корпоративного имиджа.