

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Цыбикова Балжигт Батсэвжиг  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 10.09.2024 15:21:44  
Уникальный программный ключ:  
056af948c3e48c6f3c571e429957a8ae7b757ae8

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Бурятская государственная сельскохозяйственная академия имени В.Р.  
Филиппова»**

**Экономический факультет**

**СОГЛАСОВАНО**

Заведующий выпускающей  
кафедрой  
Социально-гуманитарные  
науки, реклама и туризм

\_\_\_\_\_  
уч. ст., уч. зв.

\_\_\_\_\_  
ФИО

\_\_\_\_\_  
подпись

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**УТВЕРЖДАЮ**

Декан экономического  
факультета

\_\_\_\_\_  
уч. ст., уч. зв.

\_\_\_\_\_  
ФИО

\_\_\_\_\_  
подпись

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ**

**дисциплины (модуля)**

**Б1.В.ДВ.01.01 Имиджология**

**Направление подготовки**

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

**Направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в АПК**

бакалавр

Обеспечивающая преподавание  
дисциплины кафедра

Социально-гуманитарные науки, реклама и туризм

Разработчик

\_\_\_\_\_  
подпись

\_\_\_\_\_  
уч.ст., уч. зв.

\_\_\_\_\_  
И.О.Фамилия

Внутренние эксперты:

Председатель методической  
комиссии экономического  
факультета

\_\_\_\_\_  
подпись

\_\_\_\_\_  
уч.ст., уч. зв.

\_\_\_\_\_  
И.О.Фамилия

Заведующий методическим  
кабинетом УМУ

\_\_\_\_\_  
подпись

\_\_\_\_\_  
уч.ст., уч. зв.

\_\_\_\_\_  
И.О.Фамилия

**Улан – Удэ, 2022**

## ВВЕДЕНИЕ

1. Оценочные материалы по дисциплине (модулю) является обязательным обособленным приложением к Рабочей программе дисциплины (модуля) и представлены в виде оценочных средств.

2. Оценочные материалы является составной частью нормативно-методического обеспечения системы оценки качества освоения обучающимися указанной дисциплины (модуля).

3. При помощи оценочных материалов осуществляется контроль и управление процессом формирования обучающимися компетенций, из числа предусмотренных ФГОС ВО в качестве результатов освоения дисциплины (модуля).

4. Оценочные материалы по дисциплине (модулю) включает в себя:

- оценочные средства, применяемые при промежуточной аттестации по итогам изучения дисциплины (модуля).

- оценочные средства, применяемые в рамках индивидуализации выполнения, контроля фиксированных видов ВАРО;

- оценочные средства, применяемые для текущего контроля;

5. Разработчиками оценочных материалов по дисциплине (модулю) являются преподаватели кафедры, обеспечивающей изучение обучающимися дисциплины (модуля) в Академии. Содержательной основой для разработки оценочных материалов является Рабочая программа дисциплины (модуля).

## 1. ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИЗУЧЕНИЯ

учебной дисциплины (модуля), персональный уровень достижения которых проверяется  
с использованием представленных в п. 3 оценочных материалов

Компетенции, в формировании которых задействована дисциплина		Код и наименование индикатора достижений компетенции	Компоненты компетенций, формируемые в рамках данной дисциплины (как ожидаемый результат ее освоения)		
код	наименование		знать и понимать	уметь делать (действовать)	владеть навыками (иметь навыки)
1		2	3	4	5
<b>Профессиональные компетенции</b>					
ПКС-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПКС-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	Знает функционал линейного менеджера, текущую деятельность отдела по рекламе и (или) связям с общественностью.	Умеет выполнять функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	Владеет навыками выполнения функционала линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью

## 2.3 РЕЕСТР

### элементов оценочных материалов по дисциплине (модулю)

Группа оценочных средств	Оценочное средство или его элемент
	Наименование
1	2
1. Средства для промежуточной аттестации по итогам изучения дисциплины	Перечень вопросов к зачету
	Критерии оценивания
2. Средства для индивидуализации выполнения, контроля фиксированных видов (ВАРО)	Не предусмотрены учебным планом
3. Средства для текущего контроля	Комплект контрольных вопросов для проведения устных опросов
	Критерии оценки
	Шкала оценивания
	Перечень дискуссионных тем
	Критерии оценки
	Шкала оценивания
	Перечень тем для подготовки конспектов
	Критерии оценки составления конспектов
	Шкала оценивания составления конспектов
	Перечень тем для подготовки презентаций
	Критерии оценки презентаций
	Шкала оценивания презентаций
	Комплект тестовых заданий
	Критерии оценки
	Шкала оценивания
	Комплект заданий для самостоятельной работы:
	Перечень тем для подготовки докладов, презентаций, конспектов
	Критерии и шкала оценивания
Перечень кейс-заданий	
Критерии и шкала оценивания	

### 3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код название компетенции	Код индикатора достижения компетенции	Индикаторы компетенции	Показатель оценивания – знания, умения, навыки (владения)	Уровни сформированности компетенций				Формы и средства контроля формирования компетенций
				компетенция не сформирована	минимальный	средний	высокий	
				Оценки сформированности компетенций				
				2	3	4	5	
				Оценка «неудовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно»	Оценка «хорошо»	Оценка «отлично»	
				Характеристика сформированности компетенции				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Критерии оценивания								
ПКС-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПКС-1.1.	Полнота знаний	Знает и понимает функционал линейного менеджера, текущую деятельность отдела по рекламе и (или) связям с общественностью	Не знает и не понимает функционал линейного менеджера, текущую деятельность отдела по рекламе и (или) связям с общественностью	плохо знает и понимает функционал линейного менеджера, текущую деятельность отдела по рекламе и (или) связям с общественностью	знает и понимает функционал линейного менеджера, текущую деятельность отдела по рекламе и (или) связям с общественностью, однако допускает некоторые неточности	хорошо знает и понимает функционал линейного менеджера, текущую деятельность отдела по рекламе и (или) связям с общественностью	Перечень вопросов к зачету, комплект контрольных вопросов для проведения устных опросов, перечень дискуссионных тем, перечень тем для подготовки конспектов, докладов, презентаций, перечень кейс-задач, комплект тестовых заданий
		Наличие умений	Умеет выполнять функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	Не умеет выполнять функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	Умеет выполнять функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью, но не может выполнять функционал линейного менеджера при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	Умеет выполнять функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью, но допускает ошибки	в полной мере умеет выполнять функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	

		Наличие навыков (владение опытом)	Навыками выполнения функционала линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	не владеет навыками выполнения функционала линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	плохо владеет навыками выполнения функционала линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	владеет навыками выполнения функционала линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью, но допускает некоторые неточности	в полной мере владеет навыками выполнения функционала линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	
--	--	-----------------------------------	---	--	---	--	---	--

**4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы**

**4.1. Типовые контрольные задания, необходимые для оценки знаний, умений, навыков**

**4.1.1. Средства для промежуточной аттестации по итогам изучения дисциплины**

<b>Нормативная база</b> <b>проведения промежуточной аттестации обучающихся по результатам изучения дисциплины:</b> Б1.В.ДВ.01.01 Имиджелогия	
1) действующее «Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГБОУ ВО Бурятская ГСХА»	
<b>Основные характеристики</b> <b>промежуточной аттестации обучающихся по итогам изучения дисциплины (модуля)</b>	
1	2
<b>Цель промежуточной аттестации -</b>	установление уровня достижения каждым обучающимся целей и задач обучения по данной дисциплине, изложенным в п.2.2 настоящей программы
<b>Форма промежуточной аттестации -</b>	зачёт
<b>Место процедуры получения зачёта в графике учебного процесса</b>	1) участие обучающегося в процедуре получения зачёта осуществляется за счёт учебного времени (трудоемкости), отведённого на изучение дисциплины 2) процедура проводится в рамках ВАРО, на последней неделе семестра
<b>Основные условия получения обучающимся зачёта:</b>	1) обучающийся выполнил все виды учебной работы (включая самостоятельную) и отчитался об их выполнении в сроки, установленные графиком учебного процесса по дисциплине
<b>Процедура получения зачёта -</b>	Представлены в оценочных материалах по данной дисциплине
<b>Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков:</b>	

**Перечень вопросов к зачету по дисциплине (модулю)**

1. Предмет, объект, задачи и методы исследования современной имиджелогии. (ПКС-1)
2. Основные характеристики и функции имиджа. (ПКС-1)
3. Виды имиджа. (ПКС-1)
4. Понятие имиджформирующей информации. (ПКС-1)
5. Индивидуальный имидж человека. Принципы и технологии формирования индивидуального имиджа. (ПКС-1)
6. Профессиональный имидж человека. Принципы и технологии формирования профессионального имиджа. (ПКС-1)
7. Классификация индивидуального имиджа с точки зрения факторов его образующих. (ПКС-1)
8. Габаритный имидж. Требования, предъявляемые к формированию габаритного имиджа. (ПКС-1)
9. Вербальный имидж. Требования, предъявляемые к формированию вербального имиджа. Искусство публичной речи. (ПКС-1)
10. Невербальный имидж. Требования, предъявляемые к формированию невербального имиджа. Язык жестов. (ПКС-1)
11. Овеществленный и средовой имидж. Общие требования, предъявляемые к формированию овеществленного и средового имиджей. (ПКС-1)
12. Имидж организации, его составные элементы. (ПКС-1)
13. Типологии имиджа организации. Базисные основания для выделения соответствующих типологий. (ПКС-1)
14. Модели формирования имиджа организации. (ПКС-1)
15. Требования к названию организации как условию эффективности формирования положительного имиджа. (ПКС-1)
16. Требования к оформлению интерьера офисного помещения организации как условию эффективности формирования положительного имиджа. (ПКС-1)
17. Требования к персоналу и его корпоративной культуре как условию эффективности формирования положительного имиджа. (ПКС-1)
18. Сущность корпоративной философии и ее составляющие. (ПКС-1)
19. Понятие политического имиджа, его отличительные особенности. (ПКС-1)

20. Технологии формирования политического имиджа. (ПКС-1)
21. Модели формирования политического имиджа. (ПКС-1)
22. Особенности национальной психологии при формировании позитивного политического имиджа. (ПКС-1)
23. Этнопсихологические инварианты политического имиджа. (ПКС-1)
24. Мифотворчество в процессе формирования имиджа политической партии. (ПКС-1)

## **5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

### **5.1. Критерии оценки к зачету и зачету с оценкой**

*зачет (86-100 баллов)* ставится обучающемуся, обнаружившему систематические и глубокие знания учебно-программного материала, умения свободно выполнять задания, предусмотренные программой в типовой ситуации (с ограничением времени) и в нетиповой ситуации, знакомство с основной и дополнительной литературой, усвоение взаимосвязи основных понятий дисциплины в их значении приобретаемой специальности и проявившему творческие способности и самостоятельность в приобретении знаний.

*зачет (71-85 баллов)* ставится обучающемуся, обнаружившему полное знание учебно-программного материала, успешное выполнение заданий, предусмотренных программой в типовой ситуации (с ограничением времени), усвоение материалов основной литературы, рекомендованной в программе, способность к самостоятельному пополнению и обновлению знаний в ходе дальнейшей работы над литературой и в профессиональной деятельности.

*зачет (56-70 баллов)* ставится обучающемуся, обнаружившему знание основного учебно-программного материала в объеме, достаточном для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, знакомство с основной литературой, рекомендованной программой, умение выполнять задания, предусмотренные программой.

*незачет (менее 56 баллов)* ставится обучающемуся, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий, слабые побуждения к самостоятельной работе над рекомендованной основной литературой. Оценка «неудовлетворительно» ставится обучающимся, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании академии без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

## **6. Оценочные материалы для организации текущего контроля успеваемости обучающихся** **Комплект контрольных вопросов для проведения устных опросов**

Тема 1. Имиджелогия как наука о технологии личного обаяния

1. Что такое имидж?
2. Каковы наиболее характерные составляющие имиджа личности?
3. Объясните, что означает понятия «имиджелогия», «имиджмейкинг»?

Тема 2. Виды имиджа

1. Как классифицируют индивидуальный имидж с точки зрения факторов его образующих?
2. Что понимают под габаритным имиджем? Каковы общие требования, предъявляемые к формированию габаритным имиджа?
3. Что понимают под вербальным имиджем? Каковы общие требования, предъявляемые к формированию вербального имиджа?
4. Что понимают под овеществленным имиджем? Каковы общие требования, предъявляемые к формированию овеществленного имиджа?
5. Что понимают под средовым имиджем? Каковы общие требования, предъявляемые к формированию средового имиджа?
6. Что понимают под кинетическим имиджем? Каковы общие требования, предъявляемые к формированию кинетического имиджа?

Тема 3. Формирование вербального имиджа

1. Что необходимо учитывать в работе над вербальным имиджем?
2. Какие вы знаете основные приемы риторики?
3. Что относится к ненормированной речи?
4. Ненормированная речь – есть ли необходимость в употреблении?
5. Перечислите основные свойства делового языка.
6. Как используются методы убеждения и внушения в публичных выступлениях?

Тема 4. Формирование невербального имиджа

1. Наибольшую информацию о других человек получает с помощью вербальных или невербальных сигналов?
2. В каких жестах проявляется сходство между людьми и животными?

3. Приведите национальные особенности жестов.
4. Изменяются ли жесты во времени?
5. Какое значение имеет знание невербальных сигналов в деловом общении?

Тема 5. Формирование индивидуального имиджа человека

1. Что из себя представляет индивидуальный имидж человека?
2. Каковы принципы формирования индивидуального имиджа?
3. Каковы технологии формирования индивидуального имиджа?

Тема 6. Принципы формирования профессионального имиджа

1. Что из себя представляет профессиональный имидж человека?
2. Каковы принципы формирования профессионального имиджа?
3. Каковы технологии формирования профессионального имиджа?

Тема 7. Этапы формирования имиджа

1. Что включает в себя понятие «стратегия формирования имиджа»?
2. Какие стратегические задачи используются в имиджмейкинге при формировании имиджа?
3. Дайте определение «психотехнологии» и «психотехники».
4. Что предполагается под определением наличия «проблемы имиджа»?
5. Какие психотехники используются при воздействии на подсознание членов аудитории имиджа?
6. Что представляет собой нейро-лингвистическое программирование?
7. Какую роль играют СМИ в формировании имиджа?

Тема 8. Использование ресурсов сознания и подсознания людей для формирования имиджа

1. Что входит в сферу психики человека?
2. Охарактеризуйте принципы работы подсознания.
3. Каковы формы проявления подсознательной информации?
4. Технологии НЛП в области PR рассчитаны на сознательное или подсознательное восприятие информации? Объясните - почему?
5. Перечислите функции сознания и подсознания.

Тема 9. Корпоративный имидж. Концептуальные модели

1. Как традиционная и современная модели рассматривают имиджформирующие источники и факторы имиджа?
2. Какое место занимают особенности восприятия реципиентов в традиционной и современной модели корпоративного имиджа?
3. Каково соотношение имиджа и его составляющих в традиционной и современной моделях?
4. Как оценивается влияние имиджа на поведение аудиторий в современной и традиционной моделях?
5. Что такое корпоративная идентичность и как она соотносится с имиджем?

Тема 10. Корпоративная репутация в системе имиджирования

1. Как изменялось внимание к имиджу и репутации в истории развития науки об имидже и имиджировании?
2. Охарактеризуйте позицию «аналоговой школы» в понимании имиджа и репутации.
3. Как понимаются имидж и репутация в «дифференцирующей школе»?
4. Какие подходы к разграничению понятий «имидж» и «репутация» сложились в дифференцирующей школе?

Тема 11. Корпоративная философия как элемент имиджирования

1. Дайте определение корпоративной философии.
2. В каких формах декларируются корпоративные философии?
3. Какое значение имеет корпоративная философия в жизни и успехах организации?
4. Назовите типичные составляющие корпоративной философии.
5. Что такое миссия организации? Приведите примеры формулировок корпоративной миссии.
6. Что представляют собой ценности организации? Приведите примеры наиболее часто декларируемых ценностей.
7. Что фиксируется в принципах деятельности, провозглашаемых в корпоративных философиях?
8. Какие цели корректно фиксировать в корпоративной философии? Приведите примеры.
9. Назовите рекомендации по разработке философии организации.

Тема 12. Основные технологии формирования внешнего имиджа организации

1. Какие функции выполняет внешнее имиджирование?
2. Перечислите задачи внешнего имиджирования.
3. Какова структура внешнего имиджирования?
4. Назовите средства и способы формирования внешнего имиджа.

5. Что такое логотип, девиз, слоган, лозунг организации? Какова их роль в корпоративном имиджировании?

6. Что представляет собой торговая марка?

7. Перечислите компоненты внешнего имиджа организации.

Тема 13. Внутренний имидж организации

1. Из чего складывается работа по целенаправленному формированию позитивного внутреннего имиджа организации?

2. Как связаны между собой внешний и внутренний имидж, идентичность и внутренний имидж организации?

3. Назовите способы стимулирования труда в организации.

4. Приведите примеры удачного внутреннего имиджирования в известных компаниях.

Тема 14. Сохранение и защита позитивного имиджа организации

1. Назовите аспекты сохранения и поддержания корпоративного имиджа.

2. Какое значение имеет мониторинг имиджа?

3. Целесообразны ли изменения корпоративного имиджа?

4. Назовите способы и средства поддержания «лица компании».

Тема 15. Корпоративное имиджирование и бренд-менеджмент

1. Что такое бренд?

2. Как определяется брендовая ДНК?

3. Какое место занимает бренд-менеджмент в корпоративном имиджировании?

4. Каковы измерения бренда?

5. Из чего складывается процесс создания брендовой ДНК?

6. Охарактеризуйте критерии выбора имени бренда.

Тема 16. Политический имидж

1. Что понимают под политическим имиджем?

2. Каковы отличительные особенности политического имиджа?

3. Каким требованиям должен удовлетворять политический имидж, чтобы быть позитивным?

4. Какие факторы в первую очередь влияют на формирование привлекательного имиджа политика? Охарактеризуйте их.

5. Что понимают под психологической технологией формирования политического имиджа?

6. Какие технологии формирования политического имиджа используют в России на сегодняшний день наиболее активно? С чем это связано?

7. Какие модели формирования политического имиджа вам известны? Охарактеризуйте их.

8. Какие общие требования предъявляются к моделям формирования политического имиджа?

9. Как учитывать особенности национальной психологии при формировании позитивного политического имиджа?

10. Что такое этнопсихологические инварианты политического имиджа?

11. Каковы основные пути формирования имиджа территориальных образований?

12. Как используется мифотворчество в процессе формирования имиджа политической партии?

13. В чем принципиальные отличия имиджа женщины-руководителя (лидера) от имиджа руководителя-мужчины (лидера)?

14. Какова возрастная специфика имиджа?

#### Критерии оценивания:

– правильность ответа по содержанию задания (учитывается количество и характер ошибок при ответе);

– полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.);

– сознательность ответа (учитывается понимание излагаемого материала);

– логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией);

– использование дополнительного материала;

– рациональность использования времени, отведенного на задание.

#### Шкала оценивания

Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям
100-86 баллов «отлично»	Обучающийся полно и аргументировано отвечает по содержанию вопроса (задания); обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; излагает материал

	последовательно и правильно.
85-71 балл «хорошо»	Обучающийся достаточно полно и аргументировано отвечает по содержанию вопроса (задания); обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно. Допускает 1-2 ошибки, исправленные с помощью наводящих вопросов.
70-56 баллов «удовлетворительно»	Обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.
55 баллов и менее «неудовлетворительно»	Обучающийся обнаруживает незнание ответа на соответствующее задание (вопрос), допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Отмечаются такие недостатки в подготовке обучающегося, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.

### Перечень дискуссионных тем

Тема. Имиджелогия как наука о технологии личного обаяния

Как имидж способствует росту карьеры?

Охарактеризуйте значение духовных и нравственных основ в становлении привлекательного образа человека.

Тема. Понятие и виды имиджа

Естественный или искусственный имидж: за и против.

Тема. Формирование невербального имиджа

Символика жестов в профессиональной деятельности

Мода как элемент невербального имиджа

Тема Использование ресурсов сознания и подсознания людей для формирования имиджа

Нейролингвистическое программирование в PR – за и против

Психотехнологии в рекламе

Тема Корпоративное имиджирование и бренд-менеджмент

Значимость корпоративной философии

Бренд как элемент корпоративного имиджа

### Критерии оценивания

– теоретический уровень знаний; – качество ответов на вопросы; – подкрепление материалов фактическими данными (статистические данные или др.); – практическая ценность материала; – способность делать выводы; – способность отстаивать собственную точку зрения; – способность ориентироваться в представленном материале; – степень участия в общей дискуссии.

### Шкала оценивания:

Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям
86-100 баллов «отлично»	Обучающийся свободно владеет учебным материалом; проявляет навыки анализа, обобщения, критического осмысления, публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, критического восприятия информации; материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности, точно используется терминология; показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять
71-85 баллов «хорошо»	Ответ удовлетворяет в основном требованиям на оценку «отлично», но при этом имеет один из недостатков: в усвоении учебного материала допущены небольшие пробелы, не искавшие содержание ответа; допущены один – два недочета в формировании навыков публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, критического восприятия информации.
70-56 баллов «удовлетворительно»	Неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала; имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после нескольких наводящих вопросов. Обучающийся не может применить теорию в новой ситуации.
55 и менее балла «неудовлетворительно»	Не раскрыто основное содержание учебного материала; обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала; допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов; не сформированы умения и навыки публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, критического восприятия информации.

### Перечень тем для подготовки конспектов

Тема: Корпоративное имиджирование и бренд-менеджмент

Источники для конспектирования:

Наумова С. А. Имиджелогия [Текст]: учеб.пособие / Том. политехн. ун-т. – Томск, 2004. – 116 с. – Раздел 8.1. Место бренд-менеджмента в управлении имиджем организации.

#### Критерии оценки составления конспектов

- наличие плана конспекта
- логичность, последовательность изложения материала
- качественное внешнее оформление
- объем - 4 тетрадные страницы.

#### Шкала оценивания составления конспектов

Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям
100-86 баллов «отлично»	конспект составлен по плану, соблюдается логичность, последовательность изложения материала, качественное внешнее оформление, объем - 4 тетрадные страницы
85-71 балл «хорошо»	конспект выполнен по плану, но некоторые вопросы раскрыты не полностью, есть небольшие недочеты в работе, объем – 4 тетрадные страницы
70-56 баллов «удовлетворительно»	при выполнении конспекта наблюдается отклонение от плана, нарушена логичность, отсутствует внутренняя логика изложения, удовлетворительное внешнее оформление, объем менее 4 страниц
55 и менее баллов «неудовлетворительно»	тема не раскрыта, неудовлетворительное внешнее оформление, объем менее 2 страниц

#### Перечень тем для подготовки презентаций

Основные технологии формирования внешнего имиджа организации

Принципы формирования профессионального имиджа

Политический имидж

#### Критерии оценки презентаций

- соответствие темы программе учебного предмета, раздела
- достоверность информации
- графические иллюстрации
- тематическая последовательность
- наличие выводов
- дизайн презентации
- техническая часть
- список источников

#### Шкала оценивания презентаций

Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям
100-86 баллов «отлично»	Тема соответствует программе учебного материала. Достоверная информация об исторических справках и текущих событиях. Все заключения подтверждены достоверными источниками. Язык изложения материала понятен аудитории. Определена актуальность, точность и полезность содержания. Имеются графические иллюстрации для презентации. Приведены статистика, диаграммы и графики, примеры, сравнения, цитаты и т.д. Соблюдена тематическая последовательность. Имеются выводы. Использован читаемый шрифт, оптимальный для восприятия текста цвет, элементы анимации. Отсутствуют грамматические ошибки, опечатки, список использованных источников оформлен в соответствии с требованиями
85-71 баллов «хорошо»	Тема соответствует программе учебного материала. Достоверная информация об исторических справках и текущих событиях. Все заключения подтверждены достоверными источниками. Язык изложения материала понятен аудитории. Определена актуальность, точность и полезность содержания. Недостаточно представлены графические иллюстрации для презентации. Приведены статистика, диаграммы и графики, примеры, сравнения, цитаты и т.д. Соблюдена тематическая последовательность. Имеются выводы. Использован читаемый шрифт, оптимальный для восприятия текста цвет, элементы анимации. Отсутствуют грамматические ошибки, опечатки. В оформлении списка использованных источников допущены ошибки
70-56 баллов «удовлетворительно»	Тема соответствует программе учебного материала. Достоверная информация об исторических справках и текущих событиях. Все заключения подтверждены достоверными источниками. Язык изложения материала понятен аудитории. Не четко определена актуальность, точность и полезность содержания. Отсутствуют графические иллюстрации для презентации. Не приведены статистика, диаграммы и графики, примеры, сравнения, цитаты и т.д. Соблюдена тематическая последовательность. Имеются выводы. Использован читаемый шрифт, оптимальный для восприятия текста цвет, элементы анимации. Имеются грамматические ошибки, опечатки. Отсутствует список использованных источников.
55 и менее балла	Тема презентации не раскрыта. Не четко определена актуальность, точность и

«неудовлетворительно»	полезность содержания. Отсутствуют графические иллюстрации для презентации. Не приведены статистика, диаграммы и графики, примеры, сравнения, цитаты и т.д. Имеются грамматические ошибки, опечатки. Отсутствует список использованных источников.
-----------------------	--

### Комплект тестовых заданий

1. Понятие «имидж» подразумевает...
  - A. внешний облик индивида (его физические данные, одежда, аксессуары);
  - B. стиль поведения человека;
  - C. репутацию конкретного человека, сформированную в процессе общения между людьми;
  - D. целостное представление об образе, которое остается в сознании людей.
2. Какова главная цель создания имиджа?
  - A. стать профессионалом;
  - B. реализовать себя как личность;
  - C. ввести в заблуждение окружающих;
  - D. соответствовать потребностям общества.
3. Приписывание причин поведения другому человеку в условиях дефицита информации – это:
  - A. стереотипизация;
  - B. казуальная атрибуция;
  - C. все ответы верны;
  - D. все ответы неверны.
4. Хороший вкус – это:
  - A. стиль;
  - B. яркость;
  - C. мода.
5. Что мы относим к внешним элементам имиджа?
  - A. душу;
  - B. знания;
  - C. голос;
  - D. ценности.
6. Влияние на первое впечатление о человеке оказывает:
  - A. образование;
  - B. социальный статус;
  - C. внешний вид;
  - D. возраст;
  - E. манера поведения;
  - F. все ответы верны;
  - G. все ответы неверны.
7. Кому принадлежат слова: «Жесты подобны языку тела, который понимают даже дикари и варвары»?
  - A. Аристотелю;
  - B. Ч.Дарвину;
  - C. Цицерону;
  - D. Сократу.
8. Какая улыбка свидетельствует об искренней радости:
  - A. «рот до ушей»;
  - B. расслабленная улыбка;
  - C. смущенная улыбка;
  - D. усмешка.
9. Жестом, при котором собеседник оценивает информацию в процессе делового общения, является:
  - A. руки, сведенные за спину, при этом одна рука сжимает другую;
  - B. почесывание подбородка;
  - C. прикладывание рук к груди.
10. Сутулая спина означает:
  - A. смирение и покорность;
  - B. страх;
  - C. переоценку;
  - D. все ответы верны;
  - E. все ответы неверны.
11. Критическая оценка со стороны собеседника обычно проявляется в жесте:
  - A. руки, скрещенные на груди;
  - B. указательный палец вытянут вдоль щеки, а остальные располагаются под подбородком;
  - C. прикрытие рта ладонью.

12. Неполная посадка на стуле, при которой туловище наклонено вперед, руки опираются на колени, а ноги на пол, так что одна нога выступает чуть-чуть вперед, оставляя другую позади, характеризует позу:
- открытости;
  - готовности;
  - защиты;
  - нападения.
13. Человек может быть подвергнут гипнотизации..
- только по своей воле;
  - против воли;
  - независимо от его воли;
  - во всех случаях.
14. Лучшим собеседником считается тот, кто:
- в процессе делового общения занят своими мыслями, переживаниями;
  - в ходе общения слышит то, что хочет услышать;
  - умеет хорошо говорить;
  - умеет слушать.
15. Решающее влияние на формирование имиджа оказывает..
- осознаваемая имиджформирующая информация;
  - информация, поступающая из внешней среды;
  - подсознательная имиджформирующая информация.
16. Вольное или невольное психологическое притяжение человека к какому-либо объекту или к ситуации называют...
- аттракцией;
  - зависимостью;
  - привычкой;
  - манипуляцией.
17. «Мелкие уколы» или явное оскорбление из уст собеседника прежде всего имеет целью...
- опровергнуть ваши аргументы;
  - спровоцировать конфликт;
  - игнорировать вашу аргументацию;
  - «перевести стрелки».
18. Согласно З. Фрейду любая информация извне вначале проходит через ...
- подсознание;
  - сознание;
  - одновременно через подсознание и сознание.
19. Когда имиджмейкер выявляет некоторые негативные жесты у прототипа имиджа и затем требует от него не проявлять их – это является ...
- психотехникой имитации подсознательной имиджформирующей информации;
  - психотехникой блокирования негативной имиджформирующей информации;
  - психотехникой формирования доверия аудитории имиджа к опосредованному источнику информации.
20. Доверие к информации из уст представителя прототипа имиджа формируется на основе...
- компетентности говорящего;
  - близкого знакомства говорящего;
  - высокого статуса говорящего;
  - презентабельного вида говорящего.
21. К имиджу фирмы не относится:
- имидж руководителя фирмы
  - имидж персонала
  - имидж клиента
  - имидж здания
  - имидж продукции фирмы
22. Имиджелогия в отличие от имиджмейкинга наука...
- прикладная
  - фундаментальная
  - теоретическая
  - психологическая

#### Критерии оценки тестовых заданий

- отношение правильно выполненных заданий к общему их количеству

#### Шкала оценивания тестовых заданий

Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям
86-100 баллов «отлично»	Выполнено 86-100% заданий
71-85 баллов «хорошо»	Выполнено 71-85% заданий
56-70 баллов «удовлетворительно»	Выполнено 56-70% заданий
0-55 баллов «неудовлетворительно»	Выполнено 0-55% заданий

### Перечень заданий для самостоятельной работы

#### Перечень тем для подготовки докладов, презентаций, конспектов

Тема. Формирование невербального имиджа

1. Составить опорный конспект на тему «Этнические особенности использования жестов»

Тема. Формирование индивидуального имиджа человека

1. Составить опорный конспект на тему «Принципы формирования индивидуального имиджа»

Тема. Основные технологии формирования внешнего имиджа организации

1. Подготовить доклад на одну из представленных тем

1. Функции внешнего имиджирования

2. Задачи внешнего имиджирования.

3. Структура внешнего имиджирования

4. Средства и способы формирования внешнего имиджа.

5. роль логотипа, девиза, слогана, лозунга организации в корпоративном имиджировании

6. Понятие торговой марки

7. Компоненты внешнего имиджа организации.

Тема. Корпоративное имиджирование и бренд-менеджмент

1. Составить опорный конспект на тему «Место бренд-менеджмента в управлении имиджем организации»

Тема. Политический имидж

1. Составьте презентацию на тему «Имидж политического лидера» (на выбор)

- имидж В.В. Путина

- имидж В.В. Жириновского

- имидж Г.А. Зюганова

- имидж Д. Трампа

- имидж А.Меркель

- имидж Н. Саркози

- имидж Д.А. Медведева

- имидж Б.Обамы

#### Критерии и шкала оценивания

- способность анализировать и обобщать информацию;

- способность синтезировать новую информацию;

- способность делать обоснованные выводы на основе интерпретации информации, разъяснения;

- установление причинно-следственных связей, выявление закономерности;

Балл	Критерии оценивания
5 (100-86)	Студент правильно выполнил задание. Показал отличное владения навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала. Ответил на все дополнительные вопросы на защите.
4 (85-71)	Студент выполнил задание с небольшими неточностями. Показал хорошие владения навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала. Ответил на большинство дополнительных вопросов на защите.
3 (70-56)	Студент выполнил задание с существенными неточностями. Показал удовлетворительное владение навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала. При ответах на дополнительные вопросы на защите было допущено много неточностей.
2 (55 и менее)	При выполнении задания студент продемонстрировал недостаточный уровень владения умениями и навыками при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала. При ответах на дополнительные вопросы на защите было допущено множество неточностей.

#### Перечень кейс-заданий

Тема. Принципы формирования профессионального имиджа

Проанализируйте Вашу манеру одеваться по указанным в таблице характеристикам. Подумайте, «работает» ли она на Ваш желаемый деловой имидж. Результаты представить в виде презентации.

#### Самооценка манеры одеваться

Характеристики	Соответствие деловым целям	Что изменить
1. Тип отношения к одежде		
2. Демонстрируемые мотивы выбора или отказа от той или иной одежды		
3. Соответствие профессии, полу и возрасту		
4. Отношение к моде и традициям		
5. Разнообразие и перемены в одежде и манере одеваться		
6. Количество одежды		
7. Соответствие типу фигуры и внешности		
8. Дороговизна гардероба		
9. Любимые виды и крои одежды		
10. Предпочитаемые геометрические формы одежды		
11. Любимые цвета и сочетания		
12. Ткани, преобладающие в гардеробе		
13. Выбираемые узоры на ткани		
14. Гармоничность костюма, включая дополнения		
15. Ухоженность (аккуратность и чистота) изделий		

#### Критерии и шкала оценивания

- факторы, определяющие решение задачи;
- изложение материала;
- навыки публичного выступления;
- нестандартные подходы к решению задачи;
- активность всех членов группы

Оценка	Критерии
5 (отлично) 100-86 баллов	<ul style="list-style-type: none"> <li>• факторы, определяющие решение задачи (проблемы), учтены в полном объеме;</li> <li>• материал изложен логично, грамотно, подтвержден убедительной аргументацией;</li> <li>• в выступлении обнаруживается свободное владение профессиональной терминологией;</li> <li>• присутствует креативность решения задачи (проблемы);</li> <li>• группа работала как единая команда, все активно принимали участие</li> </ul>
4 (хорошо) 85-71 балл	<ul style="list-style-type: none"> <li>• не учтены все факторы, определяющие решение задачи (проблемы)</li> <li>• логическая последовательность в решении задачи (проблемы) представлена не явно; <ul style="list-style-type: none"> <li>• в выступлении обнаруживается владение профессиональной терминологией, но содержание и форма ответа имеют отдельные неточности;</li> </ul> </li> <li>• решение задачи правильно, однако отсутствует креативность решения задачи (проблемы);</li> <li>• группа работала дружно, но отдельные студенты были мало вовлечены в работу</li> </ul>
3 (удовлетв-но) 70-56 баллов	<ul style="list-style-type: none"> <li>• факторы, определяющие направление решения задачи (проблемы), учтены лишь частично;</li> <li>• материал изложен неполно, непоследовательно, отсутствует аргументация решения.</li> <li>• обнаруживается недостаточно глубокое понимание изученного материала и слабое владение профессиональной терминологией;</li> <li>• отсутствует креативность решения задачи (проблемы);</li> <li>• группа работала дружно, но отдельные студенты были мало вовлечены в работу</li> </ul>
2 (неудовлетв-но) 55 и менее баллов	<ul style="list-style-type: none"> <li>• решение отсутствует или не соответствует условиям задачи (проблемы).</li> <li>• логическая последовательность в решении задачи (проблемы) отсутствует;</li> <li>• отсутствуют необходимые теоретические знания; допущены ошибки в определении понятий, искажен их смысл;</li> <li>• отсутствует креативность решения задачи (проблемы);</li> <li>• группа разобщена, отсутствует командный дух.</li> </ul>