

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич  
Должность: врио ректора  
Дата подписания: 04.10.2024 10:08  
Уникальный программный ключ:  
69e375c64f7e975d4e8830e04f7ca0bbf08

Министерство науки и высшего образования РФ  
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»

**УТВЕРЖДАЮ:**  
Руководитель ООП



д.ф.н., профессор Е.Н. Брызгалова

«30» апреля 2024 г.

**Рабочая программа дисциплины (с аннотацией)**

**ИМИДЖЕЛОГИЯ**

Направление подготовки

42.04.04 Телевидение

Профиль

Тележурналистика

Для студентов 2 курса очной формы обучения

Составитель: *к.ф.н., доцент И.Е. Иванова*

Тверь, 2024

# I. Аннотация

## 1. Цель и задачи дисциплины

**Целью освоения дисциплины** является оснащение магистрантов имидж-знаниями и оказания им помощи в овладении и умелом использовании их при выстраивании межличностных и деловых отношений.

### **Задачи курса:**

- актуализировать у обучающихся потребность творчески совершенствоваться в личностном аспекте;
- научить магистрантов конструировать разнообразные сферы социального общения, возбуждать к себе симпатии, пользоваться уважением;
- показать, что личное обаяние людей можно рассматривать как гарантийный фактор здорового образа жизни;
- продемонстрировать социальную роль имиджологии.

## 2. Место дисциплины в структуре ООП

Учебная дисциплина «Имиджология» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений. Изучение курса «Имиджология» в комплексе с другими дисциплинами способствует развитию профессиональной культуры будущих журналистов, которые в силу специфики своей деятельности, обязаны обладать достойным имиджем.

**3. Объем дисциплины:** \_\_\_\_2\_\_\_\_ зачетных единиц, \_\_\_\_72\_\_\_\_ академических часов, **в том числе: контактная аудиторная работа:** практические занятия \_\_\_\_17\_\_\_\_ часов, **самостоятельная работа:** \_\_\_\_55\_\_\_\_ часов, в том числе контроль \_\_\_\_0\_\_\_\_.

## 4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-3 Способен организовать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели ПК-5 Способен устанавливать и поддерживать контакты с внешней	УК-3.1 Вырабатывает стратегию командной работы и на ее основе организует отбор членов команды для достижения поставленной цели; УК-3.2 Организует и корректирует работу команды, в т.ч. на основе коллегиальных решений; УК-3.3 Разрешает конфликты и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех сторон; создает рабочую атмосферу, позитивный эмоциональный климат в команде;

<p>средой, осуществляя взаимодействие с органами государственной власти и управления, СМИ, творческими союзами, ассоциациями, общественными организациями</p>	<p>УК-3.5 Делегирует полномочия членам команды и распределяет поручения, дает обратную связь по результатам, принимает ответственность за общий результат;</p> <p>ПК-5.3 Осуществляет взаимодействие СМИ и PR-служб: организация мероприятий с журналистами (пресс-конференции, пресс-туры, круглые столы, интервью, фотосессии, брифинг)</p> <p>ПК-5.4 Регулирует поведения всех участников информационных массмедийных процессов, согласует работы журналистов с интересами общества;</p> <p>ПК-5.6 Создает и поддерживает индивидуальный, групповой, корпоративный имидж.</p> <p>ПК-5.7 Устанавливает контакты и организует деловое общение (беседа, совещание, телефонный разговор, переговоры), в соответствии с потребностями совместной деятельности.</p>
---	--

## 1. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения

зачет

## 6. Язык преподавания русский.

### II. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

#### 1. Для студентов очной формы обучения

Учебная программа – наименование разделов и тем	Всего (час.)	Контактная работа (час.)		Самостоятельная работа (час.)
		Лекции	Практические (лабораторные) занятия	
Имиджелогия как система взглядов о законах массовой коммуникации. Место имиджелогии в ряду научных дисциплин. Становление имиджелогии в странах Запада и в России.	10		2	8
Компоненты имиджа	11		3	8
Стратегии и тактики построения имиджа	10		2	8
Имидж и образ. Образы, транслируемые СМИ	10		2	8
Медиаобразы и имиджевые стратегии	10		2	8
Политический имидж. Роль современных медиа в формировании политических имиджей	7		2	5

Имидж СМИ и индивидуальный имидж журналиста	14		4	10
ИТОГО	72		17	55

### III. Образовательные технологии

Учебная программа – наименование разделов и тем	Вид занятия	Образовательные технологии
Имиджелогия как система взглядов о законах массовой коммуникации. Место имиджелогии в ряду научных дисциплин. Становление имиджелогии в странах Запада и в России.	Практическое занятие	Фасилитированная дискуссия. Тренинг Информационные технологии (создание презентации)
Компоненты имиджа	практическое занятие,	Фасилитированная дискуссия Информационные технологии (создание презентации)
Стратегия и тактика построения имиджа	практическое занятие;	Тренинг Мозговой штурм Информационные технологии (создание презентации)
Медиаобразы и имджевые стратегии	Практическое занятие	Игровые технологии (деловая игра) Метод развивающей кооперации
Политический имидж. Роль современных медиа в формировании политических имиджей	практическое занятие,	Фасилитированная дискуссия. Мозговой штурм Тренинг
Имидж СМИ и индивидуальный имидж журналиста	Практическое занятие	Информационные технологии (создание презентации) Фасилитированная дискуссия Метод развивающей кооперации

Для достижения поставленных целей преподавания дисциплины используются следующие традиционные и инновационные методы обучения:

1. **Информационно-развивающие технологии.** Изучение теоретического материала на лекциях с использованием компьютерных технологий. Самостоятельное изучение специальной учебной и научной литературы, включая электронные средства информации.
2. **Развивающие проблемно-ориентированные технологии.** Работа на практических занятиях с активизацией мыслительной активности, способности видеть проблему и выбирать способы ее разрешения (общая дискуссия, работа в команде и индивидуальная деятельность).
3. **Личностно-ориентированные технологии обучения.** Учет уровня способностей обучаемых и создание условий для развития индивидуальных способностей. Это

достигается путем подбора индивидуальных заданий и общения преподавателя со студентами в форме индивидуальных консультаций.

Для эффективного формирования запланированных компетенций студентов используются следующие сочетания видов учебной работы с методами и формами активизации образовательной деятельности: традиционная лекция, проблемная лекция, разные виды дискуссий, активизация творческой деятельности, подготовка письменных аналитических работ (реферат), тестирование

#### **IV. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

**1. Типовые контрольные задания для проверки уровня сформированности компетенции УК-3:** Способен организовать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели

<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>	<b>Типовые контрольные задания для оценки знаний, умений, навыков (2-3 примера)</b>	<b>Показатели и критерии оценивания компетенции, шкала оценивания</b>
УК-3.1 Вырабатывает стратегию командной работы и на ее основе организует отбор членов команды для достижения поставленной цели;	<b>Задание для студентов:</b> Подготовьте доклад на тему «Теория «лидеры мнений»: сущность, особенности, возможные способы и механизмы применения при имиджировании»	0 – 10 баллов. Оценка выставляется, исходя из полноты, мотивированности и логической завершенности выполнения задания
УК-3.2 Организует и корректирует работу команды, в т.ч. на основе коллегиальных решений;	<b>Задание для студентов:</b> Приведите примеры успешных корпоративных антикризисных программ, опираясь, на описанные в литературе.	0 – 10 баллов. Оценка выставляется, исходя из полноты, мотивированности и логической завершенности выполнения задания
УК-3.3 Разрешает конфликты и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех сторон; создает рабочую атмосферу, позитивный эмоциональный климат в команде;	Студентам предлагается познакомиться с текстом, высказать свое отношение к указанному подходу и привести примеры различных типов корпоративных культур.	0 – 10 баллов. Оценка выставляется, исходя из полноты, мотивированности и логической завершенности выполнения задания
УК-3.5 Делегирует полномочия членам команды и распределяет поручения, дает обратную связь по результатам, принимает ответственность за общий результат;	Возглавить группу студентов, разрабатывающих имидж общественного лидера	0 – 10 баллов. Оценка выставляется, исходя из полноты, мотивированности и логической завершенности выполнения задания

## 2. Типовые контрольные задания для проверки уровня

**сформированности компетенции ПК-5** Способен устанавливать и поддерживать контакты с внешней средой, осуществляя взаимодействие с органами государственной власти и управления, СМИ, творческими союзами, ассоциациями, общественными организациями

Планируемые результаты обучения по дисциплине	Типовые контрольные задания для оценки знаний, умений, навыков (2-3 примера)	Показатели и критерии оценивания компетенции, шкала оценивания
<p>ПК-5.3 Осуществляет взаимодействие СМИ и PR-служб: организация мероприятий с журналистами (пресс-конференции, пресс-туры, круглые столы, интервью, фотосессии, брифинг)</p>	<p><b>Задание для студентов:</b> Деловая игра «Имидж – ничто, жажда – все». Аудитория делится на две группы, каждая из которых получает задание проанализировать становление и развитие имиджа филологического факультета Задача первой группы – доказать актуальность действующего имиджа и его компонентов. Задача второй группы – показать возможные движения изменения действующего корпоративного имиджа и его компонентов.</p>	<p>0 – 10 баллов. Оценка выставляется, исходя из полноты, мотивированности и логической завершенности выполнения задания</p>
<p>ПК-5.4 Регулирует поведение всех участников информационных массмедийных процессов, согласует работы журналистов с интересами общества;</p>	<p>Подготовьте анкету для экспресс-опроса студентов, которая выясняет их представления о наличии-отсутствии элементов корпоративной философии на филологическом, содержании ее основных блоков, удовлетворенности уровнем разработанности, необходимостью развития или смены декларируемых принципов</p>	<p>0 – 10 баллов. Оценка выставляется, исходя из полноты, мотивированности и логической завершенности выполнения задания</p>
<p>ПК-5.6 Создает и поддерживает индивидуальный, групповой, корпоративный имидж.</p>	<p>На примере символики филологического факультета (герб, флаг, лозунг, корпоративные цвета и т.д.) показать смыслы имиджевых посланий целевым аудиториям.</p>	<p>0 – 10 баллов. Оценка выставляется, исходя из полноты, мотивированности и логической завершенности выполнения задания</p>
<p>ПК-5.7 Устанавливает контакты и организует деловое общение (беседа, совещание, телефонный разговор, переговоры), в соответствии в потребностями совместной деятельности</p>	<p>На примере символики ТвГУ (герб, флаг, лозунг, корпоративные цвета и т.д.) показать смыслы имиджевых посланий целевым аудиториям.</p>	<p>0 – 10 баллов. Оценка выставляется, исходя из полноты, мотивированности и логической завершенности выполнения задания</p>

## **V. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

а) Основная литература:

1. Горчакова В. Г. Имиджелогия: теория и практика. Учебное пособие. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 335 с. – Электронный ресурс. – Режим доступ: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115022>

б) Дополнительная литература:

1. Ушакова Н.В. Имиджелогия (3-е издание) [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012. - 264 с. – Режим доступ: <http://www.iprbookshop.ru/10561.html>

### **Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

1. Электронная библиотека ЮРАЙТ <https://biblio-online.ru/>
2. Электронно-библиотечная система IPRbooks <http://www.iprbookshop.ru/>
3. База данных Web of science  
[http://apps.webofknowledge.com/WOS\\_GeneralSearch\\_input.do;jsessionid=8C7D9EC281BBB8F7EBE50BECF4859213?product=WOS&search\\_mode=GeneralSearch&SID=F6WxQi5dRF9ldaj2yd4&preferencesSaved=](http://apps.webofknowledge.com/WOS_GeneralSearch_input.do;jsessionid=8C7D9EC281BBB8F7EBE50BECF4859213?product=WOS&search_mode=GeneralSearch&SID=F6WxQi5dRF9ldaj2yd4&preferencesSaved=)
4. Электронно-библиотечная система издательства «Лань» <https://e.lanbook.com/>
5. Электронно-библиотечная система «Знаниум» <http://www.znanium.com/>
6. Электронная коллекция книг Оксфордского Российского фонда  
<http://www.myilibrary.com/browse/open.asp>
7. Электронная библиотека РГБ <http://diss.rsl.ru/> 8. Научная электронная библиотека  
<http://elibrary.ru/>

## **VI. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

От студентов требуется посещение семинарских занятий, обязательное участие в аттестационных испытаниях, выполнение заданий преподавателя. Работа на семинаре предполагает: умение вести дискуссию, творческий подход к анализу текстов, способность четко формулировать свои мысли.

### **1. Примерные вопросы для подготовки к зачету**

1. Имидж – понятие и общая характеристика.
2. Субъект и объект имиджа – варианты трактовок.
3. Мнение (общественное мнение) и другие уровни когнитивной сферы.
4. Основные элементы имиджевой коммуникации.
5. Имидж как миф.
6. Имидж как нарратив.
7. Имидж как сценарий.
8. Основные функции имиджа.
9. Типы имиджей.
10. Исследования имиджа.
11. Этапы имиджевой кампании в СМИ.
12. Стратегия построения имиджа. Тактики работы с имиджем В новейших медиа.
13. Коррекция имиджа.

14. Структура имиджа организации.
15. Имидж организации: базовые компоненты.
16. Формирование имиджа организации: этапы и составляющие.
17. Функции индивидуального имиджа.
18. Имиджформирующая информация индивидуального имиджа.
19. Программа формирования имиджа.
20. Имидж и образ. Образы, транслируемые СМИ.
21. Имидж медиа. Индивидуальный имидж журналиста.
22. Образ политического лидера. Стратегии формирования в СМИ.
23. Имидж в системе массовых коммуникаций.
24. Основные виды имиджформирующей информации

## **2. Список вопросов для самоконтроля.**

- Феномен имиджа в истории и культуре.
- Ведущие этапы построения имиджа.
- Основные виды имиджформирующей информации.
- Типы современных имиджей.
- Элементы личностного имиджа.
- Габитарный имидж.
- Вербальный имидж.
- Кинетический имидж.
- Овеществленный имидж.
- Средовый имидж.
- Понятие имиджа и репутации фирмы.
- Понятие и особенности формирования имиджа политической партии.
- Способы формирования и элементы фирменного стиля.
- Технологии создания делового имиджа.
- Имидж в политике: иллюзии и реальность.
- Роль речевого общения в построении имиджа.
- Этикет и имидж.

## **3. Темы для сообщений и рефератов**

1. Имиджелогия в ряду других научных дисциплин.
2. Имидж персоны: основные составляющие.
3. Методики построения имиджа.
4. Роль имиджмейкера в построении имиджа политического лидера.
5. Имидж и этикет.
6. Имидж некоммерческой организации.
7. Имидж профессионала.
8. Составляющие габитарного имиджа.
9. Язык мимики и жестов как составляющая имиджа персоны.
10. Имидж государства.
11. Внутренний и внешний имидж персоны.
12. Роль цвета в построении имиджа.
13. Речь как важнейшее качество положительного имиджа.
14. Средовый имидж.
15. Средства имиджевой выразительности.

16. Имиджевые психотехники.
17. Гендерная составляющая имиджа персоны.
18. Техники поддержания интереса к персоне.
19. Этапы имиджевого развития.
20. Имидж-анализ.
21. Имиджевые архетипы.
22. Внутренняя работа над имиджем.
23. Имидж телеведущего.
24. Имидж руководителя страны.
25. Имидж СМИ.
26. Имидж дипломата.
27. Имидж государственного чиновника.
28. Роль русской классической литературы в создании имиджа русского человека.
29. Имидж провинции.

#### **4. Вопросы для анкетирования по выявлению профессиональных имиджевых характеристик**

##### **Вопросы для анкетирования по выявлению профессиональных имиджевых характеристик**

###### **1. *Отличается ли речь журналиста от речи филолога***

- 1) да
- 2) нет
- 3) частично

###### **2. *Филологи // журналисты говорят:***

- 1) грамотно
- 2) литературно
- 4) вежливо
- 5) образно
- 6) красиво
- 7) культурно
- 8) лаконично
- 9) правильно (без ошибок)
- 10) четко

###### **3. *Филологи // журналисты используют в своей речи много***

- 1) изобразительно-выразительных средств
- 2) лексики, свойственной книжным стилям
- 3) экспрессивной лексики
- 4) цитат из произведений художественной литературы
- 5) профессиональной лексики
- 6) жаргонизмов
- 7) сложных синтаксических конструкций
- 8) иностранных слов
- 9) крылатых слов и выражений
- 10) оборотов, свойственных книжным стилям речи

###### **4. *Филологи // журналисты используют в своей речи мало***

- 1) ненормативной лексики

- 2) просторечной лексики
- 3) жаргонной лексики
- 4) ошибок
- 5) экспрессивной лексики
- 6) изобразительно-выразительных средств
- 7) повторов
- 8) речевых штампов
- 9) сложных слов
- 10) фразеологизмов

**5. Филологи // журналисты всегда:**

- 1) говорят правильно
- 2) следят за своей речью
- вежливы
- 3) общительны
- 4) эмоциональны
- 5) культурны
- 6) корректны
- 7) профессиональны
- 8) тактичны
- 9) грамотны
- 10) соблюдают нормы речевого поведения

**6. Филологи // журналисты никогда**

- 1) не употребляют ненормативной лексики
- 2) не допускают ошибок в своей речи
- 3) не употребляют жаргонной лексики
- 4) не бывают грубы, невоспитанны

**7. Речь филолога // журналиста должна быть**

- 1) правильной
- 2) грамотной
- 3) культурной
- 4) красивой
- 5) выразительной
- 6) четкой
- 7) логичной
- 8) понятной
- 9) образной
- 10) яркой

**8. Как Вы оцениваете уровень культуры речи филологов, которых Вы знаете?**

- 1) высокий
- 2) достаточно высокий
- 3) средний
- 4) ниже среднего
- 5) низкий

**9. Как часто Вы употребляете в речи жаргонную и сленговую лексику?**

- 1) часто
- 2) иногда
- 3) редко
- 4) обычно не употребляю

5) никогда не употребляю

**10 Отметьте, пожалуйста (цифрами от 1 до 5), пять тем в порядке убывания их значимости, которые являются наиболее популярными в вашем общении со студентами филологами // журналистами**

- 1) Здоровье
- 2) Семья
- 3) Личные проблемы
- 4) Учеба
- 5) Политика
- 6) Свободное времяпровождение
- 7) Деньги
- 8) Преподаватели
- 9) Однокурсники

**11. Сколько времени Вы общаетесь с однокурсниками по учебным делам после занятий?**

- 1) 1 - 2 мин.
- 2) 3 - 5 мин.
- 3) 5 - 10 мин.
- 4) 10 - 20 мин.
- 5) более 20 мин.

**12. Сколько времени Вы общаетесь с однокурсниками по учебным делам в течение учебного дня?**

- 1) 1 - 2 мин.
- 2) 3 - 5 мин.
- 3) 5 - 10 мин.
- 4) 10 - 20 мин.
- 5) более 20 мин.

**13. Сколько времени Вы общаетесь с однокурсниками по личным делам после занятий?**

- 1) 1 - 2 мин.
- 2) 3 - 5 мин.
- 3) 5 - 10 мин.
- 4) 10 - 20 мин.
- 5) более 20 мин.

**14. Сколько времени Вы общаетесь с однокурсниками по личным делам во время учебного дня?**

- 1) 1 - 2 мин.
- 2) 3 - 5 мин.
- 3) 5 - 10 мин.
- 4) 10 - 20 мин.
- 5) более 20 мин.

**15. Как Вы оцениваете свой уровень общительности?**

- 1) высокий, люблю поговорить
- 2) средний, как у большинства
- 3) низкий
- 4) отказ от ответа

**16. Легко ли Вы вступаете в общение с незнакомыми людьми?**

- 1) легко
- 2) не всегда

- 3) с трудом
- 4) отказ от ответа

**17. Как часто Вы делаете комплименты однокурсникам?**

- 1) часто
- 2) иногда
- 3) редко
- 4) обычно не делаю
- 5) никогда

**18. Как часто Вы делаете комплименты друзьям?**

- 1) часто
- 2) иногда
- 3) редко
- 4) обычно не делаю
- 5) никогда

**19. Как часто Вы делаете комплименты незнакомым людям?**

- 1) часто
- 2) иногда
- 3) редко
- 4) обычно не делаю
- 5) никогда

**20. Как часто Вы делаете замечания однокурсникам?**

- 1) часто
- 2) иногда
- 3) редко
- 4) обычно не делаю
- 5) никогда

**21. Как часто Вы делаете замечания преподавателям?**

- 1) часто
- 2) иногда
- 3) редко
- 4) обычно не делаю
- 5) никогда

**22. Как часто Вы делаете замечания незнакомым людям?**

- 1) часто
- 2) иногда
- 3) редко
- 4) обычно не делаю
- 5) никогда

**23. Как часто Вы вступаете в споры?**

- 1) часто
- 2) иногда
- 3) редко
- 4) обычно не делаю

5) никогда

**24. Как часто Вы спорите с однокурсниками?**

- 1) часто
- 2) иногда
- 3) редко
- 4) обычно не делаю
- 5) никогда

**25. Как часто Вы вступаете в спор с преподавателем?**

- 1) часто
- 2) иногда
- 3) редко
- 4) обычно не делаю
- 5) никогда

**26. Всегда ли Вы стараетесь одержать победу в споре?**

- 1) всегда, иначе зачем спорить
- 2) стараюсь установить истину
- 3) стараюсь, но не всегда получается
- 4) для меня это не принципиально 4%

**27. Всегда ли Вы улыбаетесь при встрече со знакомыми?**

- 1) всегда
- 2) иногда, зависит от настроения и ситуации
- 3) обычно не улыбаюсь

**28. Как часто Вы используете улыбку как средство установления коммуникативного контакта с незнакомыми людьми?**

- 1) всегда
- 2) иногда, зависит от настроения и ситуации
- 3) обычно не использую
- 4) никогда не использую

### **Тестовые задания-1**

1. Имидж в переводе с английского языка означает:

- а) впечатление;
- б) образ;
- в) оценка.

2. Объектом имиджирования является:

- а) фирма, организация;
- б) люди, лидеры общественного мнения;
- в) всё перечисленное

3. Средовой имидж – это:

- а) обобщенное представление о чем-либо;
- б) целенаправленно-сформированный образ чего-либо и кого-либо;
- в) представления, которые складываются о персоне по окружающей её среде

4) Имидж страны формируется:

- а) стихийно
- б) целенаправленно, в соответствии с государственными программами

- в) в соответствии с тенденциями оценивания в современных медиа
5. Определите, кто является основным субъектом имиджирования?  
а) имиджмейкер;  
б) реципиент;  
в) всё перечисленное
6. Термины «имидж», «репутация», «идентичность» являются:  
а) синонимами;  
б) четко взаимосвязанными понятиями;  
в) не являются взаимосвязанными между собой и изучаются различными науками.
7. Основной целью имиджирования для организации является:  
а) желаемое поведение реципиентов;  
б) создание положительного образа руководителя организации;  
в) мотивация персонала.
- 8 Определите наиболее корректное утверждение:  
а) имидж – это мнение о характеристиках объекта;  
б) имидж – это сложная структурированная сеть представлений о ком-либо и чем-либо;  
в) имидж – это целенаправленно сформированный образ, содержащий ценностные характеристики и призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие на целевую аудиторию.
9. К внутренним факторам, зависимым от носителя имиджа относятся:  
а) общие физические данные, мимика, среда обитания; сфера интересов  
б) коммуникабельность, уровень нравственности; уровень образования;  
в) всё выше перечисленное
10. специалист по формированию имиджа:  
а) имиджмейкер  
б) дизайнер  
в) психолог

**Ключи: 1а; 2в; 3в; 4б; 5а; 6б; 7а; 8в; 9в; 10а.**

## Тестовые задания-2

- 1. Содержание понятия имиджа организации включает две составляющие:**  
а) познавательную и оценочностную  
б) описательную и оценочностную  
с) описательную и бытийную  
**ответ - б**
- 2. Имидж – это**  
а) эмоционально окрашенный психический образ чего-либо или кого-либо  
б) облик предмета  
с) восприятие человека человеком  
ответ - б
- 3. Впервые термин «имидж» был использован**  
а) в политической сфере  
б) в юридической сфере

с) в экономической сфере

**ответ - а**

**4. прообраз имиджа – это**

- а) субъект, воспринимающий имидж
- б) субъект, представленный в имидже,
- с) субъект, ориентированный на имидж

**ответ - а**

**5. Имиджелогия изучает профессиональную деятельность**

- а) по созданию и преобразованию имиджа
- б) по созданию образов
- с) манипулированию

**ответ - а**

**6. При создании делового имиджа необходимо учитывать**

- а) характер внешней среды
- б) ожидания аудитории
- с) корпоративные принципы

**ответ - б**

**7. Внешней формой выражения делового имиджа является**

- а) одежда
- б) обувь
- с) мысли

**ответ - а**

**8. Анализ внешней среды позволит прогнозировать**

- а) наиболее неблагоприятное стечение факторов внешней среды
- б) наиболее благоприятное стечение факторов внешней среды
- с) наиболее благоприятное стечение факторов внутренней среды

**ответ - б**

**9. Деловой имидж следует считать важной составной**

- а) политической культуры
- б) культуры делового общения
- с) русской культуры

**ответ - б**

**10. Чем имидж удачнее, тем выше**

- а) профессиональный и политический авторитет
- б) интеллект
- с) способности человека

**ответ - а**

### **Тестовые задания-3**

**Вопрос 1. «Малый разговор» в деловой коммуникации ведется в рамках:**

- 1. Деловых интересов партнеров
- 2. Личностных, неделовых интересов партнеров
- 3. Профессиональных интересов партнеров

**Ответ - 2**

**Вопрос 2. Адресат манипуляции в деловом общении — это:**

- 1.Партнер, который может стать жертвой манипуляции
- 2.Партнер, на которого направлено манипулятивное воздействие
- 3.Партнер, который использует манипулятивные приемы психологического воздействия

**Ответ - 2**

**Вопрос 3. Атрибуцией называется:**

- 1.Все ответы неверны
- 2.Интерпретация субъектом межличностного восприятия причин и мотивов поведения других людей
- 3.Приписывание определенным группам людей специфических черт
- 4.Стремление человека быть в обществе других людей

**Ответ - 2**

**Вопрос 4. В ценностно-ориентированных манипулятивных технологиях делового общения мишенью психологического воздействия являются:**

- 1.Духовные идеалы партнера-адресата
- 2.Когнитивные структуры партнера-адресата
- 3.Потребности и склонности партнера-адресата
- 4.Ценностные установки партнера-адресата

**Ответ - 4**

**Вопрос 5. Вербальные коммуникации осуществляются с помощью:**

- 1.Жестов
- 2.Информационных технологий
- 3.Определенного темпа речи
- 4.Похлопываний по плечу
- 5.Устной речи

**Ответ – 5**

**Вопрос 7. Деловой стиль взаимодействия партнеров включает:**

- 1.Ослабление контроля за социально-статусными и этикетными нормами
- 2.Признание ценности и значимости поведенческих действий друг друга
- 3.Рациональное использование партнерами поддерживающих техник
- 4.Умение партнеров адаптировать собственные профессиональные знания к каждой деловой ситуации

**Ответ - 2**

**Вопрос 8. Деловые партнеры с визуальной модальностью мыслят преимущественно:**

- 1.Аудиальными образами
- 2.Зрительными образами
- 3.Тактильными образами

**Ответ – 2**

**Вопрос 9. Информационно-силовое обеспечение манипулятора в манипулятивных технологиях делового общения складывается из совокупного взаимодействия:**

- 1.Когнитивно-рациональных сил адресата психологического воздействия
- 2.Личностно-психологических сил манипулятора
- 3.Привлеченных (заимствованных) сил, которые создаются другими личностями
- 4.Статусно-ресурсных сил манипулятора

**Ответ – 2**

**Вопрос 10. К механизмам манипулятивного воздействия относятся:**

1. Механизмы присоединения и внедрения, которые использует манипулятор
2. Потребности, склонности, мотивации адресата манипуляции
3. Психические автоматизмы и комплексы адресата манипуляции
4. Психотехнические приемы манипулятивного воздействия

**Ответ - 3**

**Требования к рейтинг-контролю**

Максимальная сумма баллов по учебной дисциплине, заканчивающейся зачетом, составляет 60 баллов. Студенту, набравшему 20 баллов и выше по итогам работы в семестре, в экзаменационной ведомости и зачетной книжке выставляется оценка «зачтено».

Студент, набравший от 20 до 49 баллов включительно, допускается к сдаче экзамена.

Студенту, набравшему меньше 20 баллов, в экзаменационной ведомости выставляется оценка «не зачтено». Зачет сдается по направлению деканата как задолженность в установленном порядке.

Бальная структура оценки:

Посещение занятий – 18 баллов (2 балл \* 9 занятий).

Внутрисеместровая аттестация – 5 баллов (0,5 балла за правильный ответ \* 10 вопросов).

Самостоятельная письменная работа – 10 баллов.

Итоговая аттестация – 15 баллов (1,5 балла за правильный ответ).

Всего – 50 баллов и выше (итоговая оценка складывается из суммы баллов, полученных студентом в течение семестра за все виды и формы отчетных работ).

Проведение аттестаций:

1-й семестр:

I модуль – 9-10 учебная неделя по графику учебного процесса;

II модуль – две последние недели фактического завершения семестра по графику учебного процесса.

**УП. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Учебная аудитория № 44

(170002, Тверская область, Тверь, просп. Чайковского, д.70)

Помещение для самостоятельной работы обучающихся: Компьютерный класс. Учебная аудитория № 28(Л) (170002, Тверская область, Тверь, просп. Чайковского, д.70)

1. Компьютер Триолит. Монитор ЛОС1 Компьютер Norbel. Монитор BENQ
2. Компьютер Norbel. Монитор BENQ
3. Компьютер Norbel. Монитор BENQ
4. Компьютер Norbel. Монитор BENQ
5. Компьютер Norbel. Монитор BENQ
6. Компьютер Norbel. Монитор BENQ
7. Компьютер Norbel. Монитор BENQ
8. Компьютер Norbel. Монитор BENQ

Adobe Acrobat Reader DC – бесплатно GIMP 2.6.12-2 – бесплатно GlassFish Server Open Source Edition 4.1.1 – бесплатно Google Chrome – бесплатно Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows – Акт на передачу прав №2129 от 25 октября 2016 г. Microsoft Office профессиональный плюс 2013 – Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017 Microsoft Windows 10 Enterprise - Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017 Net Beans IDE – бесплатно SmartGit – бесплатно WinDjView 2.0.2 - бесплатно

9. Компьютер Norbel.  
Монитор BENQ  
10. Компьютер Norbel.  
Монитор BENQ

### **УШ. Сведения об обновлении рабочей программы дисциплины**

<b>№ п.п.</b>	<b>Обновленный раздел рабочей программы дисциплины</b>	<b>Описание внесенных изменений</b>	<b>Дата и протокол заседания кафедры, утвердившего изменения</b>
1	Титульный лист	Актуализация титульного листа	Протокол № 8 от 29.06.2023