

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет исторических и политических наук

УТВЕРЖДЕНО:

Декан

Ж.А. Рожнева

Оценочные материалы по дисциплине

Имиджелогия

по направлению подготовки

43.03.02 Туризм

Направленность (профиль) подготовки:
«Организация и управление туристским и гостиничным бизнесом»

Форма обучения

Очная

Квалификация

Бакалавр

Год приема

2025

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП

И.В. Муравьев

1. Компетенции и индикаторы их достижения, проверяемые данными оценочными материалами

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

ИУК-3.4 Эффективно взаимодействует с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентации результатов работы команды

ИУК-4.1 Выбирает на государственном и иностранном (-ых) языках коммуникативно приемлемые стиль делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами

ИУК-4.2 Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (-ых) языках

2. Оценочные материалы текущего контроля и критерии оценивания

Примерные тесты для входного контроля

1. Развернутое сообщение, раскрывающее какую-либо важную научную или общественно-политическую проблему называется...

- а) докладом
- б) сообщением
- в) отчетом
- г) беседой

2. Речевая деятельность говорящего и реакция слушающего на речь говорящего - это.

- а) взаимодействие
- б) ситуация
- в) восприятие
- г) событие

3. Обращение руководителя к подчиненному на «ты» уместно.

- а) если руководитель и подчиненный родственники
- б) если руководитель и подчиненный близкие друзья, а ситуация общения не строго деловая
- в) если руководитель значительно старше по возрасту
- г) уместно во всех перечисленных ситуациях

4. Какая из максим принципа вежливости гласит: «Не следует затрагивать темы потенциально опасные для собеседника» (максима соблюдения границ личной сферы)?

- а) максима великодушия
- б) максима такта
- в) максима симпатии
- г) максима скромности

5. Какое обращение к незнакомому человеку в автобусе более корректно по этикету?

- а) «Мужчина, вы выходите?»

- б) «Девушка, вы выходите?»
- в) «Извините, вы выходите?»
- г) «Мужик, ты выходишь?»

6. Какие типы руководителей групп наиболее эффективны:

- а) либеральные руководители и личностно-нейтральные лидеры
- б) командиры и опекуны
- в) стимуляторы, социальные инженеры, опекуны
- г) социальные инженеры и командиры

7. В каком утверждении верно сформулирована цель введения групповых норм:

- а) дисциплинирует участников
- б) повышает авторитет терапевта
- в) направлено на обеспечение обстановки безопасности в группе
- г) блокирует реакции переноса

8. Понятие норм групповой работы лучше всего описывается утверждением:

- а) проецируемые на работу группы и тем самым способствующие социальной адаптации ее членов существующие в обществе поведенческие нормы
- б) вводимая тренером система правил поведения в группе и санкций за их нарушение
- в) вырабатываемые группой конкретные правила поведения, направленные прежде всего на обеспечение психологической безопасности в группе
- г) система поведенческих ограничений, обеспечивающих лидерство тренера и результативность применяемых им методов

9. В предложенную Р. Шиндлером классификацию основных ролей в группе НЕ входит:

- а) Альфа — лидер
- б) Бета — эксперт
- в) Гамма — член конформистского большинства
- г) Омега — аусайдер
- д) Тета — шизофреник

10. Что из перечисленного НЕ является активно действующим фактором в социально-психологическом тренинге:

- а) групповая динамика
- б) структура характера каждого из членов группы
- в) групповые нормы
- г) социальные роли

Критерии оценки:

- Оценка "отлично" выставляется студенту, если он дал правильные ответы в диапазоне 85-100 %, тем самым показав знание теоретических основ дисциплин, и дает обоснование оценки различным теоретическим положениям;

Оценка "хорошо" выставляется студенту, если он дал правильные ответы на 76-84% вопросов теста, тем самым показав неплохое знание основ дисциплин, допускает единичные ошибки, анализирует различные теоретические положения;

- Оценка "удовлетворительно" выставляется студенту, если он дал правильные ответы на 61-75% вопросов теста, если студент демонстрирует разрозненные знания, не способен провести анализ и дать оценку различным теоретическим положениям;

- Оценка "неудовлетворительно" выставляется студенту, если он дал правильные ответы менее чем на 61% вопросов теста, если студент не может правильно ответить на поставленные вопросы, не способен провести анализ и дать оценку различным теоретическим положениям.

Примерные тесты для текущего контроля 1

1. Имиджелогия - это:

- а) наука о процессе передачи имиджформирующей информации;
- б) наука о стратегии, тактике и технологии создания позитивного имиджа;
- в) наука о главных аспектах персонального делового имиджирования.

2. Выберите ошибочное определение:

- а) имидж - это продукт формирования впечатлений;
- б) имиджем является результат восприятия сообщений реципиентом от индуктора;
- в) имидж не может создаваться в процессе типизации.

3. Атрибуты имиджа - это:

- а) некоторые характеристики носителя имиджа;
- б) неотъемлемые составляющие имиджа;
- в) нечто, влияющее на имидж.

4. Образ, создаваемый одеждой, является атрибутом имиджа, а одежда - это:

- а) фактор формирования имиджа;
- б) компонент формирования имиджа.

5. Имиджирование - это:

- а) целенаправленная деятельность по созданию имиджа;
- б) деятельность с применением маркетинговых техник, направленная на повышение ценности товара/бренда.

6. Основным способом поддержания позитивного имиджа всегда остается:

- а) высокое качество продуктов и услуг;
- б) кампании в СМИ, показывающие достоинства компании;
- в) реальный опыт (семья, друзья, которые имели отношение к организации).

7. Внутренний фактор персонального образа, зависимый от носителя имиджа:

- а) навыки в самопрезентации;
- б) уровень образования;
- в) манеры.

8. Атрибутом персонального имиджа является:

- а) социальный статус;
- б) персональный облик;
- в) деловой имидж.

9. Выберите типы персонального имиджа:

- а) социальный и управленческий;
- б) внешний и внутренний;
- в) самоимидж и внешний имидж.

10. Группа людей, чьей информации мы доверяем - это:

- а) негативная эталонная группа;

- б) позитивная эталонная группа;
- в) информационная референтная группа.

Критерии оценки:

- Оценка "отлично" выставляется студенту, если он дал правильные ответы в диапазоне 85-100 %, тем самым показав знание теоретических основ Имиджологии, и дает обоснование оценки различным теоретическим положениям;

Оценка "хорошо" выставляется студенту, если он дал правильные ответы на 76-84% вопросов теста, тем самым показав неплохое знание основ Имиджологии, допускает единичные ошибки, анализирует различные теоретические положения;

- Оценка "удовлетворительно" выставляется студенту, если он дал правильные ответы на 61-75% вопросов теста, если студент демонстрирует разрозненные знания, не способен провести анализ и дать оценку различным теоретическим положениям;

- Оценка "неудовлетворительно" выставляется студенту, если он дал правильные ответы менее чем на 61% вопросов теста, если студент не может правильно ответить на поставленные вопросы, не способен провести анализ и дать оценку различным теоретическим положениям.

Примерные тесты для текущего контроля 2

1. Фирменный стиль - это:

- а) совокупность тесно связанных между собой имиджевых компонентов;
- б) смысловая, художественная и поведенческая общность всех компонентов жизни организации.

2. Определение имидж (с англ. - «образ») в русском языке раскрывается как:

- а) «мнение»;
- б) «вид»;
- в) «облик».

3. В отечественной практике имиджирование использовалось главным образом

- а) в предвыборной политической борьбе;
- б) для продвижения товаров на рынке.

4. Практическое значение персонального имиджирования заключается:

- а) в исполнении интересов носителя имиджа и решении различных проблем;
- б) в приобретении симпатий и успешной реализации деловой цели.

5. Целью имиджирования для организации является:

- а) желаемое поведение реципиентов;
- б) создание позитивного имиджа ее продуктов.

6. Имиджирование стало самостоятельным предметом внимания мировой науки

- а) с конца 50-х гг.
- б) с конца 60-х гг.

7. Задача имиджевой рекламной кампании - это:

- а) создать имиджформирующую информацию для внутренней среды организации;
- б) показать уникальность фирмы, создать обобщенный положительный образ.

8. Главную роль в создании обобщенного имиджа играет:

- а) имиджевая реклама;
- б) поддержание прочных связей со СМИ.

9. Как в имиджологии называют процесс построения имиджа посредством одежды?

- а) имиджклоузинг;
- б) имиджмейкинг;
- в) политический консалтинг;
- г) верный ответ отсутствует

10. Ввел в деловой оборот понятие «имидж» и обосновал его полезность для делового преуспевания

- а) австрийский врач психиатр Зигмунд Фрейд;
- б) американский экономист Кеннет Болдинг;
- в) мыслитель эпохи Возрождения Николо Макиавелли;
- г) русский философ Владимир Соловьев.

Критерии оценки:

- Оценка "отлично" выставляется студенту, если он дал правильные ответы в диапазоне 85-100 %, тем самым показав знание теоретических основ Имиджологии, и дает обоснование оценки различным теоретическим положениям;

Оценка "хорошо" выставляется студенту, если он дал правильные ответы на 76-84% вопросов теста, тем самым показав неплохое знание основ Имиджологии, допускает единичные ошибки, анализирует различные теоретические положения;

- Оценка "удовлетворительно" выставляется студенту, если он дал правильные ответы на 61-75% вопросов теста, если студент демонстрирует разрозненные знания, не способен провести анализ и дать оценку различным теоретическим положениям;

- Оценка "неудовлетворительно" выставляется студенту, если он дал правильные ответы менее чем на 61% вопросов теста, если студент не может правильно ответить на поставленные вопросы, не способен провести анализ и дать оценку различным теоретическим положениям.

Оценочное средство: Программа формирования личного имиджа

Обоснование и основные элементы программы формирования личного имиджа

Пояснительная записка

Описание имиджа (особенности имиджа, факторы формирования имиджа, виды имиджа, компоненты имиджа, цель создания программы, объект деятельности, предмет деятельности)

Участники реализации программы

Ресурсы программы для студентов 1-32 курсов

Условия реализации

Этапы

Права и обязанности участников

Основная часть

Используемые методы и методики

План деятельности

Заключительная часть программы

Сроки реализации

Рекомендации по построению личного имиджа

Литература Приложение

План формирования личностного имиджа-обретение себя и своего жизненного пути, самоактуализация и развитие всех основных личностных атрибутов.

В плане формирования личностного имиджадолжны быть отражены:

1) изучение личностных характеристик, качеств, составление «Я-концепции» с помощью тестов, диагностических технологий;

- 2) подбор характеристик, соответствующих роду или виду профессиональной деятельности;
- 3) работа над внешним видом, индивидуальным стилем, манерами поведения;
- 4) работа над совершенствованием коммуникативных качеств (речь, умение общаться, выступать перед аудиторией независимо от того, какой имидж мы формируем).

Алгоритм формирования личностного имиджа:

- 1) осознание необходимости целенаправленного конструирования имиджа;
- 2) определение целей построения имиджа (зачем мне это надо? какова основная цель?);
- 3) формулировка впечатления (каково то впечатление, которое я хочу произвести?);
- 4) формулировка количества и видов необходимых визуальных образов-имиджей;
- 5) определение адресата имиджа (для кого?);
- 6) выявление субъективных и объективных ограничений имиджа;
- 7) самооценка внешности;
- 8) овладение технологией презентации внешности;
- 9) поиск девиза-установки для себя;
- 10) создание банка приемов формирования индивидуального имиджа каждого вида;
- 11) предварительное построение образа;
- 12) самооценка успешности «предварительного имиджа», внесение корректировок;
- 13) отшлифовка имиджа, формирование гардероба;
- 14) анализ вероятности достижения поставленной цели и выявление причин понижения этой вероятности;
- 15) внедрение имиджа, проверка практикой общения;
- 16) дальнейшее самосовершенствование и развитие.

Критерии оценки:

- «зачтено», повышенный уровень: студент глубоко и прочно усвоил теоретический материал,

последовательно, четко и логически стройно его представил, связали теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами оценки личностного развития.

- «зачтено», пороговый уровень: студент твердо знает теоретический материал, грамотно и по

существу представил его, не допуская существенных неточностей в ответах на вопросы или выполнении заданий, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами оценки личностного развития.

- «не зачтено», уровень не сформирован: студент не достиг порогового уровня, не знает значительной части теоретического материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняют практическую работу.

Оценочное средство Индивидуальное творческое задание

Творческое задание - частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.

Тема Персональный имидж

Задание 1. Подготовить психологический портрет своего имиджа на основе результатов диагностирования (методики провести самостоятельно)

Задание 2. На конкретных примерах из отечественной рекламы проиллюстрируйте следующие инструменты создания имиджа общественного деятеля и политика:

- визуализация;
- детализация;
- эмоционализация.

Задание 3. Составьте индивидуальную карту стилей одежды под Вашу идею профессионального имиджа и под различные контекстные ситуации в Вашей профессии.

Критерии выполнения творческого задания

1. Оригинальность, нестандартность идеи, отражающая собственный взгляд автора
2. Глубина изучения состояния проблемы.
3. Логика и последовательность изложения при защите проекта, оригинальность мышления.
4. Использование иллюстраций (житейских, литературных, исторических), цитат, афоризмов известных людей, подтверждающих изучаемую проблему.
5. Ответы на вопросы участников семинара.
6. Эстетичность оформления.

Критерии оценки:

Оценка «отлично» выставляется студенту, если в творческой работе представлена собственная точка зрения (позиция, отношение, своя идея); проблема раскрыта интересным, необычным способом, при этом студент может теоретически обосновать связи, явления, аргументировать своё мнение с опорой на факты или личный социальный опыт.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если в творческой работе представлена собственная точка зрения (позиция, отношение, своя идея); проблема достаточно интересным, необычным способом, но при этом студент не в полной мере может теоретически обосновать связи, явления, аргументировать своё мнение с опорой на факты или личный социальный опыт.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если в творческой форме представлена точка зрения (позиция, отношение, идея) какого-либо ученого, практика; студент делает попытку теоретически обосновать связи, явления, аргументировать своё мнение с опорой на факты или личный социальный опыт

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если работа выполнена формально, большая часть выполнена не по теме, не представлена собственная точка зрения (позиция, отношение) при раскрытии проблемы; аргументация своего мнения слабо связана с раскрытием проблемы или работа не сдана.

Темы письменных работ (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

Примерная тематика рефератов:

1. Формирование представлений об имидже в культуре второй половины XX в.
2. Предмет и законы имиджелогии.
3. Основные понятия имиджелогии. Имиджмейкинг, имиджбилдинг.
4. Имидж как система и процесс. Формирование имидж-модели. Проблемы практической реализации имидж-модели.
6. Структура имиджа. Структурный подход к формированию имиджа.
7. Анализ имиджа конкретного исторического лица (власть, политика, искусство).

8. Генезис деятельности по формированию имиджа. Анализ имиджа социально-исторического типа (фараон, свободный гражданин, монах, рыцарь, буржуа и т.п.).

9. Психологический аспект персонального имиджа. Условия и предпосылки формирования эффективного персонального имиджа.

10. Природные предпосылки формирования персонального имиджа.

Критерии оценки:

- Оценка "отлично" выставляется студенту, если работа сдана в указанные сроки, обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему, логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, раскрыта тема реферата, выдержан объем, соблюдены требования к внешнему оформлению;

Оценка "хорошо" выставляется студенту, если работа сдана в указанные сроки, обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему, недостаточно изложена собственная позиция, присутствуют незначительные ошибки в сформулированных выводах, не полностью соблюдены требования к внешнему оформлению.

- Оценка "удовлетворительно" выставляется студенту, если основные требования к реферату выполнены, но при этом допущены недочеты, например: имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, объем реферата выдержан более чем на 50%, имеются упущения в оформлении;

- Оценка "неудовлетворительно" выставляется студенту, если тема не раскрыта, обнаруживается существенное

3. Оценочные материалы итогового контроля (промежуточной аттестации) и критерии оценивания

Примерные вопросы к зачету:

1. Имиджелогия - отрасль современного человековедения.
2. Определение понятия имиджелогии, образа, облика.
3. Компоненты имиджа личности.
4. Теоретические основания имиджа.
5. Принципы имиджелогии.
6. Приоритетные функции имиджа (ценностные, технологические).
7. Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа.
8. Роль механизмов социально-психологического влияния в процессе формирования имиджа.
9. Закономерности формирования и функционирования имиджа.
10. Социальные стереотипы и установки.
11. Механизмы влияния в процессе формирования имиджа. Понятие социально-психологического влияния. Убеждение. Внушение.
12. Роль средств массовой информации в формировании социальной реальности. Особенности применения печатных (книги, газеты, журналы) и электронных (радио, телевидение, Интернет) средств массовой информации.
13. Реклама как средство формирования образа социальных объектов.
14. Имидж руководителя. Компоненты имиджа руководителя: личностный, социальный, профессиональный.
15. Структура и типология имиджа. Когнитивный, аффективный и поведенческий компоненты имиджа.
16. Виды объектов имиджа: личность, организация, группа, товар (торговая марка).

17. Имидж как составная часть культуры делового общения.
18. Индивидуальный имидж. Взаимоотношения имиджа, Я-реального, Я идеального и Образа Я у других.
19. Самопрезентация. Факторы восприятия личности в общественном сознании.
20. Использование психодиагностики для создания психологического портрета личности. Тесты, опросники, контент- анализ, биографический метод, наблюдение и особенности их применения.
21. Критерии эффективности индивидуального имиджа.
22. Корпоративный имидж. Понятие корпоративного имиджа. Роль имиджа учреждения (организации, формы) в условиях современного рынка услуг.
23. Внешний и внутренний имидж организации. Связь внутреннего имиджа с корпоративной культурой.
24. Основные мероприятия по совершенствованию имиджа.

Критерии итоговой оценки по дисциплине (зачет)

Результаты зачета:

- "Зачтено", повышенный уровень: знает основы психологии, в полном объеме раскрывает проблемы, содержащейся в вопросе, в теоретическом аспекте; умеет решать конкретные практические ситуации с учетом изложенных в теории вопроса положений; умеет грамотно выстроить свой ответ, использовать примеры и факты для доказательности ответа, отвечать на дополнительные вопросы.

- "Зачтено", пороговый уровень: знает основы психологии, в полном объеме раскрывает проблемы, содержащейся в вопросе, в теоретическом аспекте; практические задания выполняет с незначительными ошибками; умеет грамотно выстроить свой ответ, отвечает на дополнительные вопросы.

- "Не зачтено", уровень не сформирован: проблема, содержащаяся в вопросе, раскрыта не полностью, односторонне, либо проблема вообще не раскрыта; отсутствие решения конкретной практической ситуации, или если ситуация решена неверно; неумение грамотно выстроить свой ответ, не понимание задаваемых вопросов, неумение доказать свою позицию.