

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность:

Документ подписан в:

Дата подписания: 21.06.2026 19:06:13

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

**УТВЕРЖДАЮ**

Начальник

учебно-методического управления

Т.К. Платонова

«25» мая 2026 г.

**Рабочая программа дисциплины  
Психология имиджа**

Направление подготовки

37.03.01 Психология

Направленность (профиль) программы бакалавриата

37.03.01.01 Психологическое консультирование

Для набора 2026 года

Квалификация

Бакалавр

**КАФЕДРА            Финансовый и HR менеджмент****Распределение часов дисциплины по семестрам / курсам**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	<b>8 (4.2)</b>		Итого	
	16			
Неделя	16			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	18	18	18	18
Практические	36	36	36	36
Итого ауд.	54	54	54	54
Контактная работа	54	54	54	54
Сам. работа	50	50	50	50
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	108	108	108	108

**ОСНОВАНИЕ**

Учебный план утвержден учёным советом Университета (протокол № 9 от 03.03.2026 г.).

Программу составил(и): к.филос.н., доц., Волочай А.В.

Зав. кафедрой: д.э.н., доцент А.М. Усенко

Методический совет: д.э.н., доцент М.А. Суржиков

### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Квалифицированная подготовка специалистов по методологии, методике и технике проведения имиджологических исследований в различных областях социальной практики, и формирование у студентов целостного представления о назначении, формах, методах, технологиях имиджологии. Данная цель достигается систематизированным изложением основных проблем технологий создания имиджа.
-----	---

### 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**ПК-3. Способен к реализации современных психологических технологий, ориентированных на личностный рост и охрану здоровья индивидов и групп**

#### В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**Знать:**

-теоретические понятия по общим принципам, факторам и концепциям психологии имиджа как науки; методологию и теоретико - эмпирические предпосылки психологического управления имиджем; основные теоретические понятия, характеристики, качества, типы имиджа и имиджа организации или предприятия; особенности и необходимые компоненты при формировании и управлении имиджем организации; иметь целостное представление о роли персонального и профессионального имиджа в успешной трудовой деятельности; технологии выстраивания эффективного персонального, профессионального и корпоративного имиджа; сущность имиджа, его составляющие и роль в различных сферах производственных и общественных отношений; социально-психологические механизмы формирования имиджа; технологии выявления и оценки имиджевых качеств личности, организации, товара (соотнесено с индикатором ПК-3.1).

**Уметь:**

-применять навыки профессионального мышления, необходимые для создания социального имиджа (соотнесено с индикатором ПК-3.2).

**Владеть:**

- принципами построения имиджа и источников их формирования; использует технологии конструирования имиджа в ходе практических занятий, что требует развития навыков групповой работы; применяет специфические навыки, необходимые специалисту для организации работы с персоналом и работы в органах государственного и муниципального управления и для свободной ориентации в смежных с психологией имиджа областях знания (соотнесено с индикатором ПК-3.3).

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### Раздел 1. «Теоретические аспекты психологии имиджа»

№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
1.1	Тема 1 «Психология имиджа в системе наук» 1.Основные направления исследований в психологии имиджа. 2.Имидж, как составляющая современной цивилизации. 3.Понятие имиджа в психологии. 4.Принципы и законы формирования имиджа.	Лекционные занятия	8	4	ПК-3
1.2	Тема «Психология имиджа в системе наук» 1.Основные направления исследований в психологии имиджа. 2.Имидж, как составляющая современной цивилизации. 3.Понятие имиджа в психологии. 4.Принципы и законы формирования имиджа.	Практические занятия	8	4	ПК-3
1.3	Тема 2 «Цели,задачи и принципы имиджа психологии» 1. Основные цели,задачи и принципы имиджа в жизни современного человека. 2.Структура имиджа и его составляющие. 3.Сущность и психологические особенности создания образа. 4.Соотношение понятий «имидж», «образ», «представление», «мнение».	Практические занятия	8	4	ПК-3
1.4	Тема «Цели,задачи и принципы имиджа психологии» 1. Основные цели,задачи и принципы имиджа в жизни современного человека. 2.Структура имиджа и его составляющие. 3.Сущность и психологические особенности создания образа. 4.Соотношение понятий «имидж», «образ», «представление», «мнение».	Практические занятия	8	4	ПК-3
1.5	Тема 3 «Особенности восприятия имиджа личностью» 1.Особенности человеческой психики: психологические механизмы восприятия, проекции, сублимации, вытеснения при формировании образа в сознании индивидов. 2.Персонификация и идентификация как важная характеристика при	Практические занятия	8	4	ПК-3

	создании образа. 3. Понятие «привыкаемости» к имиджу, его устойчивости, запоминаемости.				
1.6	Тема «Особенности восприятия имиджа личностью» 1.Особенности человеческой психики: психологические механизмы восприятия, проекции, сублимации, вытеснения при формировании образа в сознании индивидов. 2.Персонификация и идентификация как важная характеристика при создании образа. 3. Понятие «привыкаемости» к имиджу, его устойчивости, запоминаемости.	Практические занятия	8	4	ПК-3
<b>Раздел 2. «Персональный и профессиональный имидж»</b>					
№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
2.1	Тема 1 «Имидж личности» 1.Я - концепция, социальная перцепция; 2.Имидж как личностная «Я – концепция», путь для творческого проявления и формирования индивидуальности. 3.Психологические особенности формирования «Я -образа». 4.Самопознание как шаг в саморазвитии, самосовершенствовании.	Лекционные занятия	8	4	ПК-3
2.2	Тема «Имидж личности» 1.Я - концепция, социальная перцепция; 2.Имидж как личностная «Я – концепция», путь для творческого проявления и формирования индивидуальности. 3.Психологические особенности формирования «Я -образа». 4.Самопознание как шаг в саморазвитии, самосовершенствовании.	Практические занятия	8	4	ПК-3
2.3	Тема 2 «Психологические основы имиджа» 1.Самопознание как шаг в саморазвитии, самосовершенствовании. 2.Самосознание. 3.Самооценка. Личность. 4.Психологические особенности личности - основа создания имиджа.	Практические занятия	8	4	ПК-3
2.4	Тема «Психологические основы имиджа» 1.Самопознание как шаг в саморазвитии, самосовершенствовании. 2.Самосознание. 3.Самооценка. Личность. 4.Психологические особенности личности - основа создания имиджа.	Практические занятия	8	4	ПК-3
2.5	Тема 3 «Имидж руководителя» 1.Основные закономерности формирования имиджа руководителя. 2.Критерии и технологии создания эффективного имиджа руководителя. 3.Имидж делового человека.	Практические занятия	8	2	ПК-3
2.6	Тема «Имидж руководителя» 1.Основные закономерности формирования имиджа руководителя. 2.Критерии и технологии создания эффективного имиджа руководителя. 3.Имидж делового человека.	Практические занятия	8	0	ПК-3
2.7	Тема 4 "Особенности формирования имиджа руководителя" 1.Основные технологии создания имиджа руководителя. 2. Вербальный имидж руководителя. 3. Кинетика имиджа руководителя.	Лекционные занятия	8	2	ПК-3
2.8	Тема "Особенности формирования имиджа руководителя" 1.Основные технологии создания имиджа руководителя. 2. Вербальный имидж руководителя. 3. Кинетика имиджа руководителя.	Практические занятия	8	2	ПК-3
2.9	Тема 5 «Методы работы имиджмейкера с клиентом и организацией» 1.Программа работы имиджмейкера в консалтинговой сфере. 2.Роль и функции имиджмейкера в работе с личностью. 3.Методы работы имиджмейкера в консалтинговой сфере. 4.Метод интроспективного анализа.	Лекционные занятия	8	2	ПК-3
2.10	Тема «Методы работы имиджмейкера с клиентом и организацией» 1.Программа работы имиджмейкера в консалтинговой сфере. 2.Роль и функции имиджмейкера в работе с личностью. 3.Методы работы имиджмейкера в консалтинговой сфере. 4.Метод интроспективного анализа.	Самостоятельная работа	8	4	ПК-3
2.11	Тема 6 «Технологии, применяемые в формировании имиджа товара, анализ рынка готовой продукции» 1. Имиджелогические подходы в маркетинге и менеджменте к созданию имиджа товара. 2. Американская (VALS1, VALS2) и европейская системы сегментирования рынка. 3. Методы оценки имиджа товара. 4. Характеристика рекламы, ее виды. 5. Рекомендации по разработке товарного знака и слогана. Влияние	Самостоятельная работа	8	2	ПК-3

	цвета и формы на психическое состояние человека.				
2.12	Тема «Технологии, применяемые в формировании имиджа товара, анализ рынка готовой продукции» 1. Имиджелогические подходы в маркетинге и менеджменте к созданию имиджа товара. 2. Американская (VALS1, VALS2) и европейская системы сегментирования рынка. 3. Методы оценки имиджа товара. 4. Характеристика рекламы, ее виды. 5. Рекомендации по разработке товарного знака и слогана. Влияние цвета и формы на психическое состояние человека.	Самостоятельная работа	8	6	ПК-3
2.13	Тема «Психологические особенности формирования политического имиджа» 1. Роль и место имиджа в политике. 2. Особенности формирования политического имиджа. 3. Имидж личности и власти: сходство и различия.	Самостоятельная работа	8	4	ПК-3
2.14	Тема «Психология имиджа в системе наук» 1. Актуальность дисциплины, ее значение и необходимость изучения для менеджеров. 2. Объект имиджа. 3. Функции имиджа, их теоретическое и практическое значение 4. Понятие «имиджа» в трудах философов, ученых и деловых людей 5. Каковы место и значение имиджа для науки управления?	Самостоятельная работа	8	6	ПК-3
2.15	Тема «Психологические особенности формирования политического имиджа» 1. Роль и место имиджа в политике. 2. Особенности формирования политического имиджа. 3. Имидж личности и власти: сходство и различия.	Самостоятельная работа	8	4	ПК-3
<b>Раздел 3. "Имидж личности"</b>					
№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
3.1	Тема 1 «Имидж личности» 1. Сущность Я-концепции. 2. Структура Я-концепции человека. 3. Компоненты Я-концепции. 4. Сущность самооценки и ее роль в жизнедеятельности человека. 5. Я-реальное, Я-идеальное, Я- глазами другого.	Лекционные занятия	8	6	ПК-3
3.2	«Имидж личности» 1. Сущность Я-концепции. 2. Структура Я-концепции человека. 3. Компоненты Я-концепции. 4. Сущность самооценки и ее роль в жизнедеятельности человека.	Самостоятельная работа	8	4	ПК-3
3.3	«Психологические основы имиджа» 1. Самооценка. Личность. 2. Психологические особенности личности - основа создания имиджа. 3. Факторы, влияющие на создание имиджа. 4. Имидж как демонстрация индивидуальности, личностных интересов, мотивов, характера. 5. Понятие «привыкаемости» к имиджу, его устойчивости, запоминаемости.	Самостоятельная работа	8	4	ПК-3
3.4	Тема «Имидж руководителя» 1. Вербальный и кинетический имидж. 2. Визуальный имидж. Индивидуальный имидж. 3. Понятия «индивид» и «индивидуальность». 4. Внешняя и внутренняя мотивация по созданию имиджа. 5. Оригинальный и наведенный виды имиджа.	Самостоятельная работа	8	6	ПК-3
3.5	Тема «Методы работы имиджмейкера с клиентом и организацией» 1. Метод интроспективного анализа. 2. Рефлексивный тренинг. 3. Методы развития творческого самочувствия. 4. Ортобиотический тренинг. 5. Активные групповые методы. Поведенческий тренинг и т.д.	Самостоятельная работа	8	6	ПК-3
3.6	Подготовка докладов с использованием LibreOffice	Самостоятельная работа	8	4	ПК-3
3.7	Подготовка к промежуточной аттестации	Зачет	8	4	ПК-3

#### 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

**5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ****5.2. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

ИСС "КонсультантПлюс"

ИСС "Гарант" <http://www.internet.garant.ru/>База профессиональных данных «Мир психологии» <http://psychology.net.ru/>**5.3. Перечень программного обеспечения**

Операционная система РЕД ОС

LibreOffice

**5.4. Учебно-методические материалы для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья**

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

**6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Помещения для всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения:

- столы, стулья;
- персональный компьютер / ноутбук (переносной);
- проектор;
- экран / интерактивная доска.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

**7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

**1 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания**

1.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
<b>ПК-3. способен к реализации современных психологических технологий, ориентированных на личностный рост сотрудников организации и охрану здоровья индивидов и групп</b>			
<p>3- теоретические понятия по общим принципам, факторам и концепциям психологии имиджа как науки; методологию и теоретико- эмпирические предпосылки психологического управления имиджем; основные теоретические понятия, характеристики, качества, типы имиджа и имиджа организации или предприятия; особенности и необходимые компоненты при формировании и управлении имиджем организации ;иметь целостное представление о роли персонального и профессионального имиджа в успешной трудовой деятельности; технологии выстраивания эффективного персонального, профессионального и корпоративного имиджа; сущность имиджа, его составляющие и роль в различных сферах производственных и</p>	<p>Понимание смысла компетенции</p>	<p>Имеет базовые общие знания в рамках диапазона выделенных задач Понимает факты, принципы, процессы, общие понятия в пределах области исследования. В большинстве случаев способен выявить достоверные источники информации, обработать, анализировать информацию. Имеет фактические и теоретические знания в пределах области исследования с пониманием границ применимости, формирует текст доклада, решает тестовые задания и задания к собеседованию.</p>	<p>З – вопросы к зачету (1-48), Т – тест (1-10), Д-доклад (1-30), С-собеседование ( 1-20)</p>

<p>общественных отношений; социально-психологические механизмы формирования имиджа; технологии выявления и оценки качеств личности, организации, товара.</p>			
<p>У- применять навыки профессионального мышления, необходимые для создания социального имиджа;</p>	<p>Освоение компетенции в рамках изучения дисциплины</p>	<p>Наличие основных умений, требуемых для выполнения простых задач. Способен применять только типичные, наиболее часто встречающиеся приемы по конкретной сформулированной (выделенной) задаче. Имеет диапазон практических умений, требуемых для решения определенных проблем в области исследования. В большинстве случаев способен выявить достоверные источники информации, обработать, анализировать информацию. Имеет широкий диапазон практических умений, требуемых для развития творческих решений, абстрагирования проблем. Способен выявлять проблемы и умеет находить способы решения, применяя современные методы и технологии.</p>	<p>С-собеседование ( 1-20)</p>

<p>В- принципами построения имиджа и источников их формирования; использует технологии конструирования имиджа в ходе практических занятий, что требует развития навыков групповой работы; применяет специфические навыки, необходимые специалисту для организации работы с персоналом и работы в органах государственного и муниципального управления и для свободной ориентации в смежных с психологией имиджа областях знания.</p>	<p>Способность применять на практике знания, полученные в ходе изучения дисциплины</p>	<p>Способен работать при прямом наблюдении. Способен применять теоретические знания к решению конкретных задач. Может взять на себя ответственность за завершение задач в исследовании, приспособливает свое поведение к обстоятельствам в решении проблем. Затрудняется в решении сложных, неординарных проблем, не выделяет типичных ошибок и возможных сложностей при решении той или иной проблемы. Способен контролировать работу, проводить оценку, совершенствовать действия работы. Умеет выбрать эффективный прием решения задач по возникающим проблемам.</p>	<p>З – вопросы к зачету (1-48), С-собеседование (1-20)</p>
--	--	---	--

### 1.2 Шкалы оценивания:

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале:

50-100 зачтено

0-49 не зачтено

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

## Вопросы к зачету

1. Теоретическое и методологическое обоснование имиджологии как науки (понятие, научная проблема, структура научных исследований, объект, предмет исследования).
2. Современное состояние имиджологии.
3. Перспективы развития имиджологии в России.
4. Понятие имиджа.
5. Личностные истоки имиджа (идентичность Я-концепция, социальная перцепция)
6. Имидж как системное образование (визуальные, процессуальные, коммуникативные составляющие)
7. Социально- психологические функции имиджа (социальные стереотипы и т.д.).
8. Виды имиджа (по субъекту, характеру взаимодействия и т. д).
9. Основные закономерности и особенности функционирования персонального имиджа.
10. Структура персонального имиджа (габитарные и портретные характеристики, социально- ролевые и индивидуально – личностные качества).
11. Особенности иррациональных компонентов в структуре имиджа
12. Глубинные характеристики имиджа (харизматический имидж).
13. Качественные характеристики эффективного личного имиджа
14. Критерии эффективности профессионального имиджа.
15. Психолого - акмеологический подход к проблеме формирования профессионального имиджа.
16. Особенности профессионального имиджа студента.
17. Психологические методы предупреждения профессиональных деформаций личности и возникновения негативного имиджа.
18. Особенности формирования имиджа организации от диагностики к моделированию.
19. Основные закономерности создания имиджа организаций.
20. Корпоративная культура как составляющая часть имиджа организации.
21. Имидж учреждения государственной службы
22. Политические аспекты имиджологии.
23. Особенности моделирования политического имиджа в России.
24. Основные характеристики имиджа политических лидеров в России.
25. Имидж делового человека (женщины, мужчины).
26. Предметный имидж: виды, характеристика, особенности построения.
27. Формирование имиджа торговой марки, информационного бренда.
28. Имидж рекламы.
29. Технологии создания имиджа.
30. Принципы обратной связи в построении эффективного имиджа. Особенности самомониторинга и тестирования в управлении имиджем.
31. Технологии управления личным имиджем.
32. Техники возвышения личного имиджа.
33. Способы продвижения личного имиджа.
34. Самореклама и позиционирование.
35. Эффективная самопрезентация.
36. Типичные ошибки при конструировании личного имиджа.
37. Имиджтехнологии оформления внешности человека.
38. Новые подходы к формированию имиджа организации.
39. Факторы привлекательной корпоративной культуры.
40. Символы авторитета и их влияние на формирование эффективного имиджа.
41. Имидж делового человека.
42. Имидж руководителя.
43. Современная имиджология и проблемы имиджа региона.
44. Символы авторитета и их влияние на формирование эффективного имиджа

45. Принципы и правила самообразования самовоспитания как одно из средств усиления имиджа.

46. Техники возвышения имиджа.

47. Способы выявления и устранения ошибок при конструировании и реализации имиджа.

48. Имидж студента: критерии построения, социально- психологические требования, особенности моделирования и оценка эффективности.

Задание включает два теоретических вопроса из представленного перечня вопросов к зачету.

Критерии оценивания:

50-100 баллов – зачет. Изложенный материал фактически верен, наличие глубоких исчерпывающих знаний в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с поставленными программой курса целями и задачами обучения; правильные, уверенные действия по применению полученных знаний на практике, грамотное и логически стройное изложение материала при ответе, усвоение основной и знакомство с дополнительной литературой;

0-49 баллов – незачет. Ответы не связаны с вопросами, наличие грубых ошибок в ответе, непонимание сущности излагаемого вопроса, неумение применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы».

### Тест

1. Имидж – это:

А. Результат деятельности в СО.

Б. Процесс деятельности в СО.

В. И результат, и процесс

Г. Вторичный результат формирования материальных активов фирмы.

2. И. Викентьев считает, что имидж – это:

А. Формирование публичности.

Б. Результат «внеценовой» конкуренции.

В. Результат ценовой конкуренции.

Г. Результат деятельности по медиа-релейшнз.

3. Что из ниже перечисленного не относится к «PR-аудиту»

А. Аудит групп общественности.

Б. Аудит потенциала рынка.

В. Аудит коммуникаций

Г. Социальный аудит

Д. Аудит имиджа.

4. Наиболее точная оценка имиджа соответствует следующему утверждению.

А. Существует общая оценка имиджа по одному параметру.

Б. Существует общая оценка имиджа по ряду параметров.

В. Следует оценивать имидж по одному параметру для каждой группы общественности.

Г. Следует оценивать имидж для каждой группы общественности по ряду показателей.

5. Формирование имиджа в глазах внутренней общественности соответствует следующим принципам.

А. Приоритет внешних коммуникаций над внутренними.

Б. Приоритет внутренних коммуникаций над внешними.

В. Паритет внешних и внутренних коммуникаций.

Г. Предварительное освещение новости в СМИ.

6. Имидж лидера компании соответствует следующей градации.

А. «Лицо организации».

Б. «Растворенность в организации».

В. «Антиреклама».

Г. Возвышение имиджа.

7. Контреклама – это

А. Отстройка от конкурентов.

Б. Результат деятельности конкурентов.

В. Возвышение случайно сниженного имиджа

Г. Позиционирование организации

8. Какой из жанров PR-текста в наибольшей степени позиционирует лидера организации

А. Пресс-релиз.

Б. Бекграундер.

В. Байлайнер.

Г.Ньюс-релиз.

9.Форма «вопрос-ответ» не используется в процессе формирования имиджа лидера организации.

А.На годовом собрании акционеров.

Б.При подготовке интервью лидера со СМИ.

В.При встрече с рядовыми сотрудниками организации.

Г.При подготовке имиджевой статьи.

10.К параметрам эффективных источников коммуникации не относится.

А.Правдоподобие.

Б.Конгруэнтность.

В.Власть.

Г.Привлекательность

**Инструкция по выполнению:** В каждом задании необходимо отметить 1 правильный ответ. На выполнение теста выделяется 30 минут. Шкала оценивания 20 балльная.

**Критерии оценивания:**

За каждый правильный ответ по теоретическим заданиям начисляется 1 балл. За правильный ответ студенту начисляется 2 балла. Максимальный балл за тест -20.

### **Темы доклада**

- 1.Научный статус теоретической имиджологии.
- 2.Инструментарий имиджологии: проблема метода.
- 3.Имиджевые стратегии индивидуального консультирования.
- 4.Имиджевые стратегии организационного консультирования.
- 5.Политический имиджмейкинг и консалтинг.
- 6.Имиджтехнологии исследования политического имиджа.
- 7.Имиджтехнологии прогноза политического рейтинга.
- 8.Персональная имиджология.
- 9.Междисциплинарные контексты имиджологии.
- 10.Имиджевые коммуникации и паблик рилейшенз.
- 11.Управление имиджем в организационной психологии.
- 12.Имиджологическая проблематика в гендерных исследованиях.
- 13.Исследовательский имиджмейкинг маркетинговых коммуникаций.
- 14.Имиджологические аспекты кросскультурных исследований менталитета.
- 15.Имиджтехнологии в профессиографических исследованиях.
- 16.Корпоративный имидж: формирование, управление и развитие.
- 17.Структура корпоративной имиджа.
- 18.Имиджтехнологии в психологии рекламы.
- 19.Психотехнологии формирования бренда.

20. Психотехнологии формирования рекламного слогана.
21. Разработка имиджологических форматов рекламного ролика.
22. Профессиональный имидж психолога.
23. Профессиональный имидж педагога.
24. Имиджтехнологии в исследовании межэтнических стереотипов.
25. Имиджтехнологии исследования этнокультурного фактора социальной адаптации.
26. Математические решения построения вероятностных моделей имидж – образа как суперпозиции состояний объекта.
27. Парадигма семантического анализа имиджологических исследований.
28. Психосемантические методы исследования имидж - образа.
29. Имиджтехнологии диагностики особенностей организационного взаимодействия.
30. Имиджтехнологии формирования команды.

#### **Критерии оценивания:**

- 10 баллов выставляются студенту, если в докладе обоснована актуальность темы, материал изложен логично и полно, использованы актуальные источники литературы (учебные пособия - за последние 5 лет, периодические издания - за последние 3 года), материал излагался с использованием презентации;
- 6-9 баллов выставляются студенту, если в докладе обоснована актуальность темы, материал изложен логично, но неполно, использованы актуальные источники литературы, материал излагался с использованием презентации;
- 3-5 баллов выставляются студенту, если материал излагался с отдельными ошибками, использовались неактуальные источники литературы, презентация отсутствует;
- 0-2 балла выставляются студенту, если доклад не связан с выбранной темой, наличие грубых ошибок, непонимание сущности излагаемого вопроса.
- Максимальное количество баллов за выполнение докладов – 60 (6 докладов).

#### **Собеседование.**

1. Теоретическое и методологическое обоснование имиджологии как науки (понятие, научная проблема, структура научных исследований, объект, предмет исследования).
2. Современное состояние имиджологии. Принципы имиджологии.
3. Перспективы развития имиджологии в России.
4. Сходства и различия имиджологии и психологии имиджа.
5. Понятие имиджа. Имидж с точки зрения социальной психологии.
6. Характеристика смежных понятий «авторитет», «репутация», «мнение», «образ».
7. Личностные истоки имиджа (идентичность Я-концепция, социальная перцепция).
8. Основные различия подходов к проблеме Я- концепция У. Джемса и Дж. Мида.
9. Феноменологический подход к теории Я- концепции.
10. Когнитивный, аффективный и поведенческий компоненты имиджа.
11. Сознательный и бессознательные уровни функционирования имиджа.
12. Ключевые имиджевые характеристики объекта. Проблема объекта и субъекта имиджа. Личность как реципиент имиджа.
13. Типология личности как основа для оценки имиджевой

14. Я- концепция, как совокупность установок к самому себе. (Я образ).  
Представления Я- концепции в виде символических структур.
15. Эффекты межличностного восприятия. Социальная перцепция: виды, закономерности.
16. Имидж как системное образование (визуальные, процессуальные, коммуникативные составляющие)
17. Социально- психологические функции имиджа (социальные стереотипы и т.д.).  
Приоритетные функции имиджа (ценностные, технологические).
18. Символическая природа имиджа с точки зрения семиотического подхода.  
Характеристика трех основных знаков семиотики.
19. Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа. Роль механизмов социально-психологического влияния в процессе формирования имиджа.
20. Виды имиджа (по субъекту, характеру взаимодействия и т. д). Типологии по области применения: бизнес, реклама, шоу-бизнес, политика, управление организацией.

**Критерии оценивания:** студент может ответить на 4 вопроса (по выбору преподавателя). Максимальное количество набранных баллов – 20 баллов. За каждый вопрос выставляется:

- 5 баллов, если прозвучал полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, в соответствии с логикой изложения, а также при подготовке ответа на вопрос студентом использовались актуальные источники информации
- 3-4 балла, если в ответе на поставленный вопрос были неточности, но при этом при подготовке ответа на вопрос студентом использовались актуальные источники информации
- 1-2 балла, если уровень овладения материалом не позволяет раскрыть ключевые позиции соответствующих компетенций

### **3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

**Текущий контроль** успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 2 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

**Промежуточная аттестация** проводится в форме зачета.

Зачет проводится по окончании теоретического обучения до начала экзаменационной сессии. Количество вопросов в зачетном задании: два теоретических вопроса. Проверка ответов и объявление результатов производится в день зачета. Результаты аттестации заносятся в ведомость успеваемости и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

## МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия;
- собеседование;
- тест;
- доклад.

В ходе лекционных занятий рассматриваются теоретические основы психокоррекции; назначение, структура и содержание дисциплины, даются рекомендации для самостоятельной работы и подготовке к практическим занятиям.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных на лекциях вопросов, формирование у студентов целостного теоретического представления о психологии имиджа, явлениях и процессах, связанных с психологией имиджа, как отдельных личностей, так и различных социальных групп;

При подготовке к практическим занятиям каждый студент должен:

- изучить рекомендованную учебную литературу;
- изучить конспекты лекций;
- подготовить ответы на все вопросы по изучаемой теме;

По согласованию с преподавателем студент может подготовить доклад. В процессе подготовки к практическим занятиям студенты могут воспользоваться консультациями преподавателя.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены студентами в ходе самостоятельной работы. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты лекций недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников. Выделить непонятные термины, найти их значение в энциклопедических словарях.

Проверка знаний студентов осуществляется посредством прохождения теста и собеседования.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации студенты могут воспользоваться электронно-библиотечными системами. Также обучающиеся могут взять на дом необходимую литературу на абонементе университетской библиотеки или воспользоваться читальными залами.

### **Методические рекомендации по подготовке доклада**

Подготовка доклада и презентации состоит из нескольких этапов:

- выбор темы и обоснование ее актуальности;
- подбор литературных источников, посвященных выбранной проблематике;
- обработка информации;
- формулировка выводов
- оформление доклада в соответствии с требованиями.

Данное задание позволит студентам самостоятельно разобрать теоретический вопрос и овладеть основными методами, которые в дальнейшем применяются в практике решения задач по дисциплине.

Основными задачами доклада является проверка знаний студента по изучаемому курсу, а также рассмотрение теоретических тем, которые предусмотрены для самостоятельного изучения.

Источниками информации для выполнения задания является специальная литература, посвященная теоретическим и методологическим основам изучаемой дисциплины.

## **СТРУКТУРА ДОКЛАДА**

Теоретическая часть работы не должна превышать 10, но не менее 7 страниц формата А4. Она должна включать в себя:

- титульный лист;
- содержание (оглавление);
- основную текстовую часть;
- заключение;
- список использованных источников.

**Содержание** – это перечень всех частей доклада. В нем перечисляются названия разделов и подразделов, которые рассмотрены в данной работе, с указанием страниц.

Во введении должна обосновываться актуальность выбранной темы и ее оценка современного состояния.

Текстовая часть должна содержать как минимум два раздела, которые в свою очередь подразделяются на пункты.

В заключении необходимо представить основные выводы исследования.

Список использованных источников должен включать в себя не менее 4-5 источников. Особо приветствуется использование в работе новейших источников информации, включая последние теоретические исследования по выбранным темам, представленным в периодической печати.

## **ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ ДОКЛАДА**

Выполненное задание должно быть оформлено с использованием LibreOffice, на белой бумаге, на одной стороне формата А4 (210 x 297 мм).

Текст работы должен быть аккуратно оформлен и грамотно изложен.

Все страницы должны быть пронумерованы и выполнены с соблюдением следующих минимальных размеров полей: с левой и правой стороны – 20 мм; сверху и снизу – 20 мм. Интервал – 1,5. Выравнивание текста по ширине.

В тексте обязательно должны быть выделены: введение, название разделов, заключение, список использованных источников.