

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФГБОУ ВО «САХАЛИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

И.о. ректора _____

" 04 "



«УТВЕРЖДАЮ»

Федоров О.А.

2016 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля)
Б1.В.ДВ.16.02 Психология внешности

44.03.02 Психолого-педагогическое образование

Профиль подготовки

Психология и педагогика дошкольного образования

Квалификация выпускника

Бакалавр

Форма обучения - заочная

Южно-Сахалинск
2016 г.

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.ДВ.16.02 Психология внешности

составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 44.03.02 «Психолого-педагогическое образование»

Программу составил:

к.псих.н., доцент, Леушканова С.В.



Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры
Психологии

протокол № 8 от 21 июня 2016г.

Заведующий кафедрой Е.Г. Власенкова Е.Г. Власенкова

1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины Б1.В.ДВ.16.02 «Психология внешности» является формирование у студентов представления об имиджологии как о науке, раскрывающей закономерности построения имиджа. Во время обучения студенты знакомятся с понятием «имидж», его местом и ролью в современном обществе, с особенностями его анализа, формирования и управления им.

Для создания у студентов целостной картины возникновения имиджа и работы по его поддержанию и улучшению, необходимо решение следующих **задач**:

- познакомить студентов с понятийным аппаратом курса, разъяснить необходимые термины;
- представить типологию потребностей и ценностей целевых аудиторий, показать взаимосвязь между типами целевых аудиторий, их ценностями и имиджевыми ожиданиями;
- рассмотреть модели, структуру и инструментарий процесса формирования имиджа;
- определить особенности имиджевого воздействия на массовое сознание;
- показать и закрепить различные методики анализа уже сформированного имиджа, сложившегося у субъектов социальных процессов.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенции в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению:

ОПК-3; ПК-5

- готовностью использовать методы диагностики развития, общения, деятельности детей разных возрастов (ОПК-3);
- способностью осуществлять сбор данных об индивидуальных особенностях дошкольников, проявляющихся в образовательной деятельности и взаимодействии со взрослыми и сверстниками (ПК-5).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

знать: теоретические основы социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий; психолого-педагогические основы формирования и управления профессиональным коллективом.

уметь: работать в команде, сознательно формируя свой собственный имидж; толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия; разрабатывать с учетом знаний по имиджологии концепцию и программу развития образовательной организации на основе маркетингового исследования в области рынка образовательных услуг.

владеть: способностью сформировать имидж руководителя коллектива в сфере своей профессиональной деятельности; способностью толерантно воспринимать социальные, культурные и личностные различия; способностью спроектировать имидж образовательной организации при разработке концепции и программы

развития на основе маркетингового исследования в области рынка образовательных услуг.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Психология внешности» Б1.В.ДВ.16.02 является дисциплиной по выбору вариативного цикла и изучается в 9 семестре. Взаимосвязана с такими дисциплинами как «Социальная психология образования», «Психология личности», «Организация профессиональной деятельности психолого-педагогического направления».

Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин: студенты должны знать основные понятия психологии общения (перцепция, интеракция, коммуникация), базовые понятия психологии управления; иметь представление о структуре образовательных организаций; уметь составлять программы психолого-педагогической направленности; владеть навыками организации коллектива и самоорганизации, самовоспитания; владеть различными стилями общения и грамотно подбирать их в зависимости от ситуации.

Всего ЗЕТ – 2, всего часов – 72, в том числе аудиторных – 8, из них лекций – 4 часов, практических занятий – 8 часов, лабораторных занятий – 8ч, самостоятельная работа – 52 часа. Итоговая форма контроля – зачет. Форма обучения заочная.

3. Структура дисциплины.

Всего ЗЕТ – 2, всего часов – 72, в том числе аудиторных – 8, из них лекций – 8 часов, практических занятий – 8 часов, самостоятельная работа – 52 часа. Итоговая форма контроля – зачет. Форма обучения заочная.

Заочная форма обучения

№ п/п	Раздел Дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			ЛЗ	ЛБ	ПЗ	СР	
1.	Теоретические основы имиджологии.	9	2		2	18	Присутствие на занятиях, доклад. Практическое задание № 1.
2.	Индивидуальный профессиональный имидж и технологии его формирования.	9	2		2	18	Присутствие на занятиях, доклад, разработка проекта личностного имиджа.

3.	Имидж и престиж в сфере связей с общественностью. Формирование имиджа организации.	9	4		4	16	Присутствие на занятиях, групповая дискуссия, практическое задание № 2.
Итого			8		8	52	Зачет

Краткое содержание тем (разделов) дисциплины

Раздел 1. Теоретические основы имиджелогии.

Имиджелогия - отрасль современного человековедения. Компоненты имиджа личности. Основные условия формирования имиджа. Теоретические основания имиджа. Принципы имиджелогии. Приоритетные функции имиджа (ценностные, технологические). Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа. Роль механизмов социально-психологического влияния в процессе формирования имиджа.

Закономерности формирования и функционирования имиджа. Коммуникационная модель формирования имиджа. Каналы передачи информации. Формирование имиджа как субъект-субъектное взаимодействие. Формирование имиджа как создание социальной реальности в сознании людей. Общественное мнение, общественное сознание. Когнитивные процессы в основе формирования имиджа. Социальные стереотипы и установки. Эффекты межличностного восприятия. Ошибки восприятия: их предупреждение и преодоление.

Механизмы влияния в процессе формирования имиджа. Понятие социально-психологического влияния. Убеждение. Внушение. Самопродвижение, заражение, пробуждение импульса к подражанию, принуждение, деструктивная критика, игнорирование, манипуляция.

Технологии нейролингвистического программирования.

Раздел 2. Индивидуальный профессиональный имидж и технологии его формирования.

Индивидуальный имидж. Я-концепция и Я-образ. Типологии личности как основа для оценки имиджевой предрасположенности. Тело, лицо, поведение человека как объект его имиджа. Закономерности зрительного восприятия лица, фигуры, человека. Характеристика стилей одежды. Критерии эффективности индивидуального имиджа.

Имидж руководителя. Компоненты имиджа руководителя: личностный, социальный, профессиональный. Свойства имиджа руководителя - адекватность, ответственность, устойчивость, целостность, презентабельность.

Разработка и применение стратегий формирования имиджа. Направления использования формирования имиджа (оказание индивидуальных услуг, участие в рекламной деятельности, работа в системе связей с общественностью). Характеристика этапов формирования имиджа: изучение объекта, оценка аудитории, коррекция характеристик объекта, символизация, позиционирование, презентация имиджа. Выявление имиджевых качеств объекта. Обеспечение постоянства имиджа. Использование методов активного социально-психологического обучения в формировании имиджа.

Раздел 3. Имидж и престиж в сфере связей с общественностью. Формирование имиджа организации.

Возрастания значимости имиджа организации и его особенности в современных условиях. Степень научной разработанности проблемы корпоративного (организационного имиджа). Социальная природа и функции организационного имиджа: Корпоративная культура - объективная основа единства внутреннего и внешнего имиджа организации. Понятие и структура

имиджа организации. Элементы структуры имиджа организации. Достоинства и недостатки данного товаропроизводителя в глазах потребителя его товаров (услуг). Разработка мероприятий по нейтрализации недостатков и усиления достоинств фирмы с целью повышения привлекательности ее имиджа.

Роль имиджа организации в условиях современного рынка услуг. Внешний и внутренний имидж. Связь внутреннего имиджа с корпоративной культурой. Оптимальная структура внешнего имиджа учреждения. Изучение имиджа учреждения. Методы оценки. Оптимальная структура имиджа. Имидж руководителя в структуре имиджа учреждения. Роль внешних атрибутов образовательного учреждения: эмблема, девиз. Организация связей с общественностью. Критерии и показатели эффективности формирования имиджа. Алгоритм совершенствования имиджа. Основные мероприятия по совершенствованию имиджа. Особенности имиджа образовательного учреждения. Имидж государственной службы. Критерии эффективности корпоративного имиджа.

Тематика семинарских занятий.

Тема 1. Теоретические аспекты имиджелогии.

1. Компоненты имиджа личности.
2. Основные условия формирования имиджа. Теоретические основания имиджа.
3. Принципы имиджелогии.
4. Приоритетные функции имиджа (ценностные, технологические).
5. Роль механизмов социально-психологического влияния в процессе формирования имиджа.

Тема 2. Закономерности формирования и функционирования имиджа людей.

1. Коммуникационная модель формирования имиджа.
2. Каналы передачи информации.
3. Формирование имиджа как субъект – субъектное взаимодействие.
4. Общественное мнение общественное сознание.
5. Образовательные технологии.

Тема 3. Когнитивные процессы в основе формирования имиджа.

1. Социальные стереотипы и установки.
2. Эффекты межличностного восприятия.
3. Ошибки восприятия: имиджа как создание социальной реальности в сознании. Их предупреждение и преодоление.

Тема 4. Механизмы влияния в процессе формирования имиджа.

1. Понятие социально-психологического влияния.
2. Убеждение. Внушение. Самопродвижение, заражение, пробуждение импульса к подражанию, принуждение, деструктивная критика, игнорирование, манипуляция.
3. Технологии нейролингвистического программирования.

Тема 5. Индивидуальный имидж.

1. Я-концепция и Я-образ.
2. Типологии личности как основа для оценки имиджевой предрасположенности потребителей.

3. Тело, лицо, поведение человека как объект его имиджа.
4. Закономерности зрительно восприятия лица фигуры человека.
5. Характеристика стилей одежды.
6. Критерии эффективности индивидуального имиджа.

Тема 6. Имидж руководителя.

1. Компоненты имиджа руководителя: личностный, социальный, профессиональный.
2. Свойства имиджа руководителя - адекватность, ответственность, устойчивость, целостность, презентабельность.

Тема 7. Разработка и применение стратегий формирования имиджа.

1. Направления использования формирования имиджа (оказание индивидуальных услуг, участие в рекламной деятельности, работа в системе связей с общественностью).
2. Выявление имиджевых качеств объекта. Обеспечение постоянства имиджа.
3. Использование методов активного социально-психологического обучения в формировании имиджа.
4. Оптимизация общения с клиентом.

Тема 8. Характеристика этапов формирования имиджа.

1. Изучение объекта.
2. Оценка аудитории.
3. Коррекция характеристик объекта.
4. Символизация, позиционирование.
5. Презентация имиджа.

Тема 9. Возрастание значимости имиджа организации и его особенности в современных условиях.

1. Степень научной разработанности проблемы корпоративного (организационного имиджа).
2. Социальная природа и функции организационного имиджа.
3. Корпоративная культура - объективная основа единства внутреннего и внешнего имиджа организации.
4. Факторы формирования корпоративной культуры: культура управления, культура производства, культура межличностных отношений на предприятии, культура поведения во внешней среде: культура отношений с потребителями, культура отношений с конкурентами и др.

Тема 10. Понятие и структура имиджа организации.

1. Элементы структуры имиджа организации.
2. Факторы оказывающих влияние на формирование имиджа фирмы: внешние и внутренние. Состав внешних и внутренних факторов (миссия фирмы, корпоративная культура, качество продукции, внешняя политика, образ руководителя фирмы и т.д.).
3. Содержание понятия «механизм коррекции имиджа фирмы».
4. Достоинства и недостатки данного товаропроизводителя в глазах потребителя его товаров (услуг).
5. Разработка мероприятий по нейтрализации недостатков и усиления достоинств фирмы с целью повышения привлекательности ее имиджа.

Тема 11. Роль имиджа организации в условиях современного рынка услуг.

1. Внешний и внутренний имидж.
2. Связь внутреннего имиджа с корпоративной культурой.
3. Оптимальная структура внешнего имиджа учреждения.
4. Изучение имиджа учреждения.
5. Имидж руководителя в структуре имиджа учреждения.
6. Роль внешних атрибутов образовательного учреждения: эмблема, девиз.

Тема 12. Критерии и показатели эффективности формирования имиджа.

1. Анализ и методы оценки имиджа
2. Способы совершенствования имиджа.
3. Основные мероприятия по совершенствованию имиджа.
4. Критерии эффективности корпоративного имиджа.

4. Образовательные технологии.

Согласно ФГОС ВО «Психолого-педагогическое образование» и принципу реализации компетентностного подхода, с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся курс предусматривает использование интерактивных форм обучения в сочетании с внеаудиторной работой – просмотр мультимедиа-презентаций на лекционных занятиях по соответствующим темам курса, решение практико-ориентированных творческих заданий, групповая дискуссия, в рамках самостоятельной работы написание студентами докладов.

В программе рассматриваются основные темы курса. Освещаемые в них понятия и закономерности, особенности и структурные характеристики составляют круг необходимых знаний, которыми должны овладеть студенты данного направления. По всем разделам проводятся практические занятия.

Практические занятия проводятся по всем проблемам курса и призваны углубить и расширить теоретические знания, полученные в процессе самостоятельного изучения соответствующей темы. Целью этих занятий также является выработка навыков использования психолого-педагогических знаний в конкретных жизненных ситуациях.

Итоговой формой контроля является зачет.

Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем	Занятия: ЛК, ПЗ	Кол-во часов	Интерактивная форма проведения занятий
1.	Теоретические основы имиджелогии.	ПЗ	2	Доклад, практическое задание № 1.
2.	Индивидуальный профессиональный имидж и	ПЗ	4	Доклад, разработка проекта личностного

	технологии его формирования.			имиджа.
3.	Имидж и престиж в сфере связей с общественностью. Формирование имиджа организации.	ПЗ	2	Групповая дискуссия, практическое задание № 2.
	Итого	ЛЗ	0	
		ПЗ	8	
	Всего		24	

5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

Оценочные средства для текущего контроля аттестации

Примерные темы докладов:

1. Определение понятия имиджелогии, образа, облика. Имидж и маска.
2. Компоненты имиджа личности.
3. Основные условия формирования имиджа.
4. Имидж как одаренность. "Я- концепция".
5. Имидж-эффект. Имидж и символ. Разновидности имиджа.
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. Этические проблемы деятельности имиджмейкера по формированию имиджа клиента.
10. Формирование имиджа как субъект - субъектное взаимодействие.
11. Формирование имиджа как создание социальной реальности в сознании людей.
12. Общественное мнение общественное сознание.
13. Когнитивные процессы в основе формирования имиджа.
14. Социальные стереотипы и установки
15. Формирование имиджа в среде массовой коммуникации.
16. Роль средств массовой информации в формировании социальной реальности.
17. Методы преподавания имиджелогии как учебного предмета.
18. Технология имиджирования: позиционное представление презентации.
19. Стратегии и тактики построения имиджа. Виды имиджирующей информации.
20. Направления использования формирования имиджа (оказание индивидуальных услуг, VIP, участие в рекламной деятельности, работа в системе связей с общественностью, политическое консультирование).
21. Стихийность и целенаправленность в формировании имиджа.
22. Характеристика этапов формирования имиджа: изучение объекта, оценка аудитории, коррекция характеристик объекта, символизация, позиционирование, презентация имиджа..

Критерии оценивания докладов:

Критерий	Максимальное количество баллов
Обучающийся полно и достоверно	3

представляет информацию	
Обучающийся раскрывает тему на теоретическом и практическом уровнях	4
Обучающийся владеет материалом в той степени, который позволяет его рассказывать	3
Обучающийся демонстрирует грамотность изложения	5
Всего	15

Практическое задание №1.

Содержание задания.

Представьте в виде отчета (письменно) результаты изучения литературы (учебников, монографий, статей и др.), раскрывающих следующие вопросы.

1. Проанализируйте подходы к определению понятия «имидж»?
2. Какие новые направления профессиональной деятельности появились в связи с популяризацией знаний по имиджелогии?
4. Приведите примеры из практики, какое значение имеет владение техниками имиджелогии для современного человека?

Критерии оценивания выполнения задания:

Критерий	Максимальное количество баллов
Обучающийся понимает смысл высказывания	3
Обучающийся определяет свое отношение к высказываниям	3
Обучающийся аргументирует представленную информацию, принимая факты и примеры, убедительно доказывающие собственную позицию	3
Обучающийся логично подходит к построению вывода	3
Обучающийся демонстрирует грамотность изложения	3
всего	15

Практическое задание №2

Раскройте технологические этапы имиджа организации на конкретном примере. (Характеристика этапов формирования имиджа: изучение объекта, оценка аудитории, коррекция характеристик объекта, символизация, позиционирование, презентация имиджа. Выявление имиджевых качеств объекта. Обеспечение постоянства имиджа. Использование методов активного социально-психологического обучения в формировании имиджа. Оптимизация общения посредством построения имиджа).

Проанализируйте цели, задачи, методы и предполагаемые результаты каждого этапа.

Критерии оценивания выполнения задания:

Критерий	Максимальное количество баллов
Обучающийся демонстрирует сформированность профессионального понятийно-терминологического аппарата	3
Обучающийся соотносит теоретические знания с реальными профессиональными потребностями	4
Обучающийся демонстрирует полноту и	3

глубину ответа	
Обучающийся проектирует практическую направленность	5
всего	15

Практическое задание №3.

Разработайте проект «Личностный имидж»:

А) руководителя организации (по выбору);

Б) сотрудника организации (по выбору).

Основные требования к проекту.

Ограниченность проекта, целостность, объективность и обоснованность, компетентность автора и персонала, жизнеспособность, требования к оформлению, ожидаемые результаты.

1. Ограниченность (по времени, целям и задачам, результатам и т.д.) – это характеристика проекта, позволяющая контролировать ход его реализации по четко определенным этапам на основании обозначенных, измеряемых результатов каждого этапа.

Ограниченность проекта означает, что он содержит: этапы и конкретные сроки их реализации; четкие и измеряемые задачи; конкретные и измеряемые результаты; планы и графики выполнения работ; конкретное количество и качество ресурсов, необходимых для реализации.

2. Целостность – общий смысл проекта ясен и очевиден, каждая его часть соответствует общему замыслу и предполагаемому результату.

3. Последовательность и связность – логика построения частей, которые соотносятся и обосновывают друг друга. Цели и задачи напрямую вытекают из поставленной проблемы. Бюджет опирается на описание ресурсов и сочетается с планом.

4. Объективность и обоснованность – доказательность того, что идея проекта, подход к решению проблемы оказались не случайным образом, а являются следствием работы авторов по осмыслению ситуации и оценки возможностей воздействия на нее.

5. Компетентность автора и персонала – адекватное выражение осведомленности авторов в проблематике, средствах и возможностях решения вопроса. Владение персонала технологиями, механизмами, формами и методами реализации проекта.

6. Жизнеспособность – определение перспектив развития проекта в дальнейшем, возможности его реализации в других условиях, чем он может быть продолжен.

Критерии оценки проектов: актуальность и новизна выбранной технологии, проработанность механизма осуществления, обоснованность и степень реальности осуществления представляемого проекта.

Вопросы, которые необходимо решить перед процедурой оценки:

1. Кто именно входит в круг лиц, участвующих в оценке результатов проекта? (Проектировщики, исполнители, независимые наблюдатели, потребители).

2. Что именно подлежит экспертизе и оценке? (Промежуточный или конечный результат, продукт, полученный в результате выполнения проекта, ход выполнения, личностные изменения или изменения среды)

3. Какие действия должны быть произведены для того, чтобы оценить проектный результат? (Рефлексивная и оценочная деятельность, оценочный инструментарий, публичное представление проекта в виде презентации, творческого отчета, рекламной акции и т.п.)

Критерии оценки проектов:

1. Полнота реализации проектного замысла. (Насколько воплощены исходные цели, требования, всели задачи решены).

2. Соответствие контексту проектирования. (Соотнесение проектного результата со средой, где он выполняется, соответствие определенное культуре, времени.)

3. Соответствие культурному аналогу. (Соответствие аналогичным социально-педагогическим образовательным продуктам, т.е. общепринятым нормам: образовательному стандарту, программе, творческому заданию и т.п.).
4. Степень новизны. (Новая программа или новый интегративный курс сопоставляются с имеющимися аналогами, новое должно обеспечивать развитие).
5. Социальная (практическая, теоретическая) значимость. (Степень потенциального влияния проектного продукта на изменение социально-педагогической, образовательной ситуации, возможность перенесения данного проекта в другие условия).
6. Гуманитарность. (Соотнесение полученного результата с потребностями, интересами, возможностями людей, попадающих в сферу его распространения. Гуманитарность – особое качество бытия: ценностный аспект, содержательная целостность, культурный контекст, возможность ориентации на познавательные потребности конкретного человека, проблемный, диалогический характер и др.)
7. Эстетичность. (Оформление документов, качество презентации, дизайн отчета, изящество теоретического решения проблемы и др.)

Требования к оформлению проектов:

1. Проект отпечатан, аккуратно оформлен.
2. Титульная страница содержит название проекта, данные об авторах, принадлежность учреждению/организации, год и место составления.
3. Если проект больше пяти страниц по объёму, то он имеет оглавление с указанием разделов и нумерации страниц.
4. Если в тексте использованы цитаты, обязательны сноски на источник, если авторы использовали литературу – в конце приложен библиографический список с указанием автора, названия книги, издательства, места и года издания. с новой страницы, главы разделены на смысловые абзацы.
6. Проект должен быть кратким и лаконичным, как правило, не более 10 страниц читабельного текста – описания проекта.
7. Форма написания проекта должна быть доступной и интересной.
8. Поясняющая/дополнительная документация (сценарии, анкеты, результаты социальных опросов, отзывы, финансовые бланки и т.д.) прилагается в конце проекта.

Ожидаемые результаты:

1. Повышение социальной активности субъекта социального проектирования (отдельных работников, трудового коллектива, общественной организации), готовность принять личное практическое участие в улучшении социальной ситуации в местном сообществе.
2. Готовность государственных органов, органов местного самоуправления и др. выслушать доводы участников социального проекта и принять предложения по улучшению социальной ситуации.
3. Реальный вклад в изменение социальной ситуации в местном сообществе.
4. Положительные изменения в сознании субъекта социального проекта, повышение уровня общей культуры участников проекта.
5. Наличие у членов проектных групп сформированных навыков коллективной работы по подготовке и реализации собственными силами реального социально полезного дела.
6. Изменение общественного мнения, увеличения числа жителей, готовых лично включиться в практическую деятельность по улучшению социальной ситуации в местном сообществе.

Параметры научно разработанного социального проекта.

Социальный проект должен содержать систему общих параметров:

- 1) наличие таких характеристик, которые у проектируемого объекта без четкого проекта не возникают;
- 2) наличие параметров, способных обеспечить реализацию социального заказа;
- 3) наличие характеристик, поддающихся внедрению в течение определенного промежутка времени.

Критерии оценивания социальных проектов:

Критерий	Максимальное количество баллов
Обучающийся психологически грамотно ставит цели и задачи, формулируя обоснование формы проекта	3
Обучающийся демонстрирует актуальность предложенной тематики	3
При разработке проекта обучающийся опирается на научные идеи, соблюдая понятийную чистоту	3
Обучающийся демонстрирует реалистичность идей, готовность к апробации	3
Обучающийся доказывает эффективность предложенных мер	3
Всего	15

Групповая дискуссия по вопросам.

1. Что такое имидж с точки зрения социальной психологии?
2. Охарактеризуйте понятия: «образ», «репутация», «авторитет».
3. Равнозначны ли понятия «имиджелогия» и «психология формирования имиджа».
4. Что такое имиджелогия? Чем она отличается от психологии имиджа?
5. Что такое имидж с точки зрения имиджелогии?
6. Я – концепция и имидж – охарактеризуйте понятия.
7. Что такое феномен предрасположенности в пользу собственного Я?
8. Что такое самопрезентация?
9. Объясните понятие: «периферический ключевой стимул»?
10. Чем обусловлена множественность имиджей?
11. Перечислите прикладные направления исследования имиджа. Приведите примеры исследований.
12. Опишите функции личного (персонального) имиджа?
13. Дайте определение групповому имиджу.
14. Сравните корпоративный имидж с другими типами имиджа. Что общего и в чём различия между ними?
15. Из чего складывается корпоративная культура организации?

Критерии оценки участия в дискуссии:

Критерий	Максимальное количество баллов
Обучающийся демонстрирует сформированность профессионального понятийно-терминологического аппарата	3
Обучающийся соотносит теоретические знания с реальными профессиональными потребностями	4
Обучающийся демонстрирует полноту и глубину ответа	3
Обучающийся проектирует практическую направленность	5
всего	15

Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации
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 и паблик рилейшенс 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, опорники, 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 оценивания зачета:

<i>Критерий</i>	<i>Максимальное количество баллов</i>
Ответ на вопрос практически отсутствует. Студентом изложены отдельные знания из разных тем, отсутствуют причинно-следственные связи. Речь неграмотная, педагогическая терминология не используется. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа.	<i>0-9</i>
Ответ на вопрос складывается из разрозненных знаний. Студентом допущены существенные ошибки. Изложение материала нелогичное, фрагментарное, отсутствуют причинно-следственные связи, доказательность и конкретизация. Речь неграмотная, педагогическая терминология практически не используется.	<i>10-14</i>
Дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Нарушены логичность и последовательность изложения материала. Допущены ошибки в	<i>15-21</i>

употреблении терминов, определении понятий. Студент не способен самостоятельно выделить причинно-следственные связи. Речевое оформление требует поправок, коррекции.	
Дан относительно полный ответ на поставленный вопрос. Показано умение мыслить логически, иногда определять причинно-следственные связи. Ответ изложен достаточно последовательно, грамотным языком с использованием современной педагогической терминологии. Могут быть допущены заметные недочеты или неточности, частично исправленные студентом с помощью преподавателя или не исправленные.	22-26
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос. Показано умение мыслить логически, определять причинно-следственные связи. Ответ имеет четкую структуру, изложен грамотным языком с использованием современной педагогической терминологии. Могут быть допущены 2-3 недочета или неточности, исправленные студентом с помощью преподавателя.	27-33

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

Общий объем самостоятельной работы студентов по дисциплине включает аудиторную и внеаудиторную самостоятельную работу студентов в течение семестра.

Аудиторная самостоятельная работа осуществляется в форме выполнения заданий по дисциплине. Аудиторная самостоятельная работа обеспечена базой разработанных заданий.

Внеаудиторная самостоятельная работа осуществляется в формах:

- подготовки к устным докладам (мини-выступлениям);
- подготовка к групповому обсуждению по темам;
- подготовка стендовых докладов и постеров;
- разработка проектов;
- анализ и решение ситуационных задач.

№ п/п	Раздел Дисциплины	Вид самостоятельной работы
1	Теоретические основы имиджологии.	Доклад, практическое задание № 1.
2.	Индивидуальный профессиональный имидж и технологии его формирования.	Доклад, разработка проекта личного имиджа.
3.	Имидж и престиж в сфере связей с общественностью. Формирование имиджа организации.	Групповая дискуссия, практическое задание № 2.

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Имидж делового человека» предполагает более глубокую проработку ими отдельных тем курса, определенных программой.

Основными видами и формами самостоятельной работы студентов по данной дисциплине являются:

- ☐ подготовка сообщений и докладов к семинарским занятиям;
- ☐ выполнение практических заданий;
- ☐ самоподготовка по вопросам;
- ☐ подготовка к зачету

Важной частью самостоятельной работы является чтение учебной литературы. Основная функция учебников - ориентировать студента в системе тех знаний, умений и навыков, которые должны быть усвоены по данной дисциплине будущими специалистами. Учебник также служит путеводителем по многочисленным произведениям, ориентируя в именах авторов, специализирующихся на определённых научных направлениях, в названиях их основных трудов. Вторая функция учебника в том, что он очерчивает некий круг обязательных знаний по предмету.

Чтение рекомендованной литературы - это та главная часть системы самостоятельной учебы студента, которая обеспечивает подлинное усвоение науки. Читать эту литературу нужно по принципу: «идея, теория, метод в одной, в другой и т.д. книгах». Во всех случаях рекомендуется рассмотрение теоретических вопросов не менее чем по трем источникам. Изучение проблемы по разным источникам - залог глубокого усвоения науки. Именно этот блок, наряду с выполнением практических заданий является ведущим в структуре самостоятельной работы студентов.

В процессе изучения данной дисциплины активность студентов на семинарских занятиях, а также качество и своевременность подготовки теоретических материалов, творческих заданий и презентаций рефератов. По окончании изучения дисциплины проводится индивидуальный зачёт по предложенным вопросам. Вопросы, выносимые на зачет, должны служить постоянными ориентирами при организации самостоятельной работы студента. Таким образом, усвоение учебного предмета в процессе самостоятельного изучения учебной и научной литературы является и подготовкой к зачету, а сам зачет становится формой проверки качества всего процесса самостоятельной учебной деятельности студента.

Студент, показавший высокий уровень владения знаниями, умениями и навыками по предложенному вопросу, считается успешно освоившим учебный курс. В случае большого количества затруднений при раскрытии предложенного на зачёте вопроса студенту предлагается повторная подготовка и перезачёт.

Для успешного овладения курсом необходимо выполнять следующие требования:

- 1) посещать все занятия, т.к. весь тематический материал взаимосвязан между собой и теоретического овладения пропущенного недостаточно для качественного усвоения;
- 2) все рассматриваемые на семинарских занятиях вопросы обязательно фиксировать в отдельную тетрадь и сохранять её до окончания обучения в вузе;
- 3) обязательно выполнять все домашние задания;
- 4) проявлять активность на занятиях и при подготовке, т.к. конечный результат овладения содержанием дисциплины необходим, в первую очередь, самому студенту;
- 5) в случаях пропуска занятий, по каким-либо причинам, обязательно «отрабатывать» пропущенное занятие преподавателю во время индивидуальных консультаций.

Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям.

Основной целью данного предмета является расширение научного кругозора и формирование практических навыков. Отсюда следует, что при подготовке студентов к практическим занятиям по курсу нужно не только знакомить студентов с новейшими теориями и методами в имиджелогии, но и стремиться отрабатывать на практике полученные навыки. Подготовка студентов должна быть ориентирована на глубокое освоение методологии социальной психологии; формирование навыков практической работы психолога в целом и организации психологического исследования; формирование умения анализировать возникшую проблему, ставить на её основе исследовательские задачи и подбирать адекватный

инструментарий для их решения; формирование стремления к постоянному самосовершенствованию, расширению палитры своего методического инструментария.

Практическое занятие – это активная форма учебного процесса в вузе, направленная на умение студентов переработать учебный текст, обобщить материал, развить критичность мышления, отработать практические навыки.

В рамках дисциплины «Имидж делового» применяются семинар-дискуссия (научная дискуссия, основанная на поиске материала), обсуждение отдельных вопросов на основе обобщения материала, развернутая беседа в виде плана (при освоении трудного материала), обсуждение результатов проведенных исследований, оформление текстового материала в виде докладов, таблиц, схем.

Практические занятия предназначены для усвоения материала через систему основных понятий психологической науки. Они включают обсуждение отдельных вопросов, разбор трудных понятий и их сравнение в разных научных школах, решение различных психологических задач.

Успешная организация времени по усвоению данной дисциплины во многом зависит от наличия у студента умения самоорганизовать себя и своё время для выполнения предложенных домашних заданий. Алгоритм подготовки будет следующим:

1 этап – поиск в литературе теоретической информации на предложенные преподавателем вопросы;

2 этап – осмысление полученной информации, освоение терминов и понятий;

3 этап – составление плана ответа на каждый вопрос (конспект по теоретическим вопросам к семинарскому занятию, не менее трех источников по каждому вопросу в конспекте должна быть ссылка на источник);

Подготовка сообщений и докладов к семинарским занятиям.

Доклад является формой работы, при которой студент самостоятельно готовит сообщение на заданную тему и далее на семинарском занятии выступает с этим сообщением. Целью докладов является более глубокое раскрытие специфики различных видов и форм общения. Доклад должен

быть построен таким образом, чтобы наиболее ярко раскрыть выбранный аспект психологии общения и сформировать интерес к её дальнейшему изучению. Обязательным требование является корректное изложение материала.

При подготовке к докладам необходимо:

- подготовить сообщение, включающее сравнение точек зрения различных авторов;
- сообщение должно содержать анализ точек зрения, изложение собственного мнения или опыта по данному вопросу, примеры;
- вопросы к аудитории, позволяющие оценить степень усвоения материала;
- выделение основных мыслей, так чтобы остальные студенты могли конспектировать сообщение в процессе изложения..

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

А) основная литература:

1. Имиджелогия: создание корпоративного имиджа/ Е.В.Шалагина; ФГБОУ ВПО «Урал.гос.пед.ун-т». – Екатеринбург, 2015. – 112 с. https://irshkuratova.ru/files/Imidgology_Shkuratova_IP.pdf

2. Имиджелогия: теория и практика: учебное пособие / В.Г. Горчакова. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 335 с.: ил., табл., схемы - Библиогр.: с. 294-310. [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115022>

3. Имиджелогия: учебное пособие / и. П. Шкуратова. – Ростов-на-Дону: издательство Южного федерального университета, 2014. – 58 с. https://irshkuratova.ru/files/Imidgology_Shkuratova_IP.pdf

4. Имиджелогия: учебно-методическое пособие / Автор-составитель М. В. Елкина. – Омск : Изд-во СибГУФК, 2013 – 156 с.

5. Имиджелогия: учебно-практическое пособие / сост. Р.А. Кадермятова; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования "Ульяновский государственный технический университет", Институт дистанционного и дополнительного образования. - Ульяновск : УлГТУ, 2014. - 91 с.: [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=363227>

Б) дополнительная литература:

1. Лебова-Шувалова Е.И. Имидж руководителя образовательного учреждения // Дополнительное образование детей: теория и практика сборник научных трудов. Сост. О.М. Богомолова. - Новосибирск, 2014. - С. 7-10.

2. Лёвкина Е.В., Иванцова Е.С. Имидж современного руководителя образовательной организации // Культура и образование. – Октябрь 2014. - № 10 [Электронный ресурс]. URL: <http://vestnik-rzi.ru/2014/10/2344>

3. Новаторов Е.В. Персональный маркетинг: монография / В.Е. Новаторов. – М.Берлин: Директ-Медиа, 2016. - 280 с.

4. Писчикова Н.П. Функции и принципы формирования положительного имиджа руководителя организации // Перспективы. 2016.- № 3. - С. 129-132.

5. Н.В. Галиуллина, Н.И. Левшина Формирование имиджа современного руководителя образовательного учреждения // Международный журнал экспериментального образования. - 2014. - № 7-2. - С. 29-31.

6. Челазнова Е.В. Взаимосвязь между креативно-коммуникативными параметрами имиджа руководителя образовательного учреждения и его самооценкой // Вестник Красноярского государственного педагогического университета им. В.П. Астафьева. - 2015.- № 2. - С. 108-111.

7. Чупина В.А., Е.С.Пятакова Имидж руководителя университета и его влияние на репутацию вуза // Перспективы, организационные формы и эффективность развития сотрудничества российских и зарубежных вузов. III Ежегодная международная научно-практическая конференция. Технологический университет. - 2015. - С. 344-348.

8. Яндарова С.В. Психологические особенности имиджа руководителя и его проявления в деятельности // Высшее образование сегодня. - 2016. - № 8. С. 51-55.

8. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», информационные технологии, программное обеспечение и

информационные справочные системы, необходимые для освоения дисциплины:

1. Windows 10 Pro
2. WinRAR
3. Microsoft Office Professional Plus 2013
4. Microsoft Office Professional Plus 2016
5. Microsoft Visio Professional 2016
6. Visual Studio Professional 2015
7. Adobe Acrobat Pro DC
8. ABBYY FineReader 12
9. ABBYY PDF Transformer+
10. ABBYY FlexiCapture 11
11. Программное обеспечение «interTESS»
12. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс», версия «эксперт»
13. ПО Kaspersky Endpoint Security
14. «Антиплагиат.ВУЗ» (интернет - версия)
15. «Антиплагиат- интернет»
16. ПО для управления процессом обучения LabSoft Classroom Manager, артикул SO2001-5A

Электронные библиотечные системы:

1. <http://www.iprbookshop.ru/>
2. <http://www.biblioclub.ru>
3. <http://elibrary.ru>
4. www.e.lanbook.com
5. <http://polpred.com/>

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Специально оборудованный кабинет для проведения практических занятий, обеспеченность мультимедийными средствами

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению и профилю подготовки 44.04.02 «Психолого-педагогическое образование».

Автор _____ / Куприна М.В. _____ /
(подпись) (расшифровка подписи)

Рецензент _____ / _____ /
(подпись) (расшифровка подписи)

Рассмотрена на заседании кафедры психологии _____ 2016 года,
протокол № _____

Утверждена на совете института ИПиП _____, протокол № _____