

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет государственного и муниципального управления
Кафедра управления персоналом

УТВЕРЖДЕНА

кафедрой управления персоналом

Протокол от «04» сентября 2019 г. № 2

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ДИСЦИПЛИНЫ
Имидж государственного служащего
(Б1.В.ДВ.1.1)**

Краткое наименование дисциплины – не устанавливается
по направлению подготовки – 38.03.03 Управление персоналом
направленность (профиль): «Управление персоналом государственной службы»
квалификация выпускника – Бакалавр
формы обучения – очно-заочная, заочная

Год набора – 2020

Новосибирск, 2019

Автор – составитель:

к.философ.н., профессор, доцент кафедры управления персоналом
Аверченко Любовь Кузьминична

Заведующий кафедрой управления персоналом

Кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры управления персоналом
Доронина Инга Викторовна

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы... **Ошибка! Закладка не определена.**
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО **Ошибка! Закладка не определена.**
3. Содержание и структура дисциплины 6
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине **Ошибка! Закладка не определена.**
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины... **Ошибка! Закладка не определена.**
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине..... **Ошибка! Закладка не определена.**
 - 6.1. Основная литература..... **Ошибка! Закладка не определена.**
 - 6.2. Дополнительная литература. **Ошибка! Закладка не определена.**
 - 6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.**Ошибка! Закладка не определена.**
 - 6.4. Нормативные правовые документы..... **Ошибка! Закладка не определена.**
 - 6.5. Интернет-ресурсы. **Ошибка! Закладка не определена.**
 - 6.6. Иные источники. **Ошибка! Закладка не определена.**
7. Материально – техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы 20

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.1.1 Имиджология обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

код	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК – 32	Владение навыками диагностики организационной культуры и умение применять их на практике, умение обеспечивать соблюдение этических норм взаимоотношений в организации	ПК – 32.1 (для очной и заочной форм обучения)	Формирование целостного представления о мировой культуре, ее базовых ценностях, о методах и формах приобретения, хранения и передачи ценностей культуры, о человеке как феномене культуры

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
Деятельность по развитию персонала (D)/ D/02.6. Организация обучения персонала	Формирование целостного представления о мировой культуре, ее базовых ценностях, о методах и формах приобретения, хранения и передачи ценностей культуры, о человеке как феномене культуры	на уровне знаний: закономерностей развития общества и культуры; базовых ценностей личности для формирования имиджа
		на уровне умений: критически оценивать и анализировать информацию и воспринимать человека и его имидж

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины 3 зачетных единицы.

Для студентов очной формы обучения из общего объема 108 часов на контактную работу с преподавателем выделено 54 часа (10 часов – лекций, 44 часа – практических занятий), 54 час. - на самостоятельную работу обучающихся.

Для студентов заочной формы обучения на контактную работу с преподавателем выделено 54 часа (18 часов – лекций, 36 часов – практических занятий), 54 час. - на самостоятельную работу обучающихся.

Место дисциплины:

Дисциплина Б1.В.ДВ.1.1 «Имиджелогия» осваивается в соответствии с учебным планом студентами очной формы обучения на 1 курсе во 2 семестре.

3.Содержание и структура дисциплины

Таблица 1.

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости ¹ , промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
<i>Очная форма обучения</i>								
Раздел 1.	Теоретические аспекты имиджа	60	6		24		30	
Тема 1.1.	Сущность имиджа							О ₁
Тема 1.2.	Характеристики и функции имиджа							О ₂
Тема 1.3.	Имидж как средство делового общения							О ₃ Д ₁
Тема 1.4.	Технологии совершенствования самоимиджа. Имидж руководителя.							О ₄
Раздел 2.	Имидж организации	48	4		20		24	
Тема 2.1.	Имиджевые характеристики организации. Имидж персонала.							ПЗ ₁
Тема 2.2.	Имидж товара как составляющая конкурентности компании							ПЗ ₂
Тема 2.3.	Инструментарий изучения имиджа							ПЗ ₃
Промежуточная аттестация								Зачет
Всего:		108	10		44		54	ак.ч.
		3						з.е.
		81						ас.ч.
№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
<i>Заочная форма обучения</i>								
Раздел 1	Теоретические аспекты имиджа	50	3		4		43	
Тема 1.1.	Сущность имиджа	15	1		1		13	О ₁ О ₂ О ₃
Тема 1.2.	Характеристики и функции имиджа	15	1		1		13	
Тема 1.3.	Имидж как средство делового общения	10			1		9	

¹ Формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), контрольная работа (КР), доклад (Д), письменное контрольное задание (ПКЗ).

Тема 1.4.	Технологии совершенствования самоимиджа. Имидж руководителя.	10	1		1		8	
Раздел 2.	Имидж организации	44	1		6		37	
Тема 2.1.	Имиджевые характеристики организации. Имидж персонала.	14	1		2		11	ПЗ ₁ ПЗ ₂
Тема 2.2.	Имидж товара как составляющая конкурентности компании	15			2		13	
Тема 2.3.	Инструментарий изучения имиджа.	15			2		13	
Промежуточная аттестация		4					4	Зачет
Всего:		108	4		8		92	ас.ч.
		3	0,12		0,3	0,12	2,82	з.е.
		81	3		7,5	3	70,5	ас.ч.
№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.					СР	Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий			КСР		
			л/эо, дот	лр/эо, дот	пз/эо, дот			
<i>Заочная форма обучения (ЭО и ДОТ)</i>								
Раздел 1	Раздел 1. Теоретические аспекты имиджа	50	3		4		43	
Тема 1.1.	Сущность имиджа	15	1		1		13	ЭС ₁ Тест ₂
Тема 1.2.	Характеристики и функции имиджа	15	1		1		13	
Тема 1.3.	Имидж как средство делового общения	10			1		9	
Тема 1.4.	Технологии совершенствования самоимиджа. Имидж руководителя.	10	1		1		8	
Раздел 2.	Имидж организации	44	1		6		37	
Тема 2.1.	Имиджевые характеристики организации. Имидж персонала.	14	1		2		11	ЭС ₂ Тест ₂
Тема 2.2.	Имидж товара как составляющая конкурентности компании	15			2		13	
Тема 2.3.	Инструментарий изучения имиджа.	15			2		13	
Промежуточная аттестация		4					4	Зачет
Всего:		108	4		8		92	ас.ч.
		3	0,12		0,12	0,12	2,82	з.е.
		81	3		3	3	70,5	ас.ч.

3. Содержание дисциплины

Раздел 1. Теоретические аспекты имиджа

Тема 1.1. Сущность имиджа

Природа и сущность имиджа с точки зрения целостного представления мировой культуры, ее базовых ценностях и о человеке как феномене культуры. Персональные, социальные, символические характеристики имиджа. Виды имиджа: самоимидж, перцептивный и идеальный. Подходы к возникновению имиджа: функциональный,

контекстный, сопоставительный. Принципы формирования имиджа: повторения, непрерывного усиления воздействия, «двойного вызова». Формула имиджа.

Тема 1.2. Характеристики и функции имиджа

Факторы формирования имиджа: биография, внешность, психологический портрет. Символические типы: ориентированный на традицию, внутренне ориентированный и внешне ориентированный человек. Функциональный подход в проблеме имиджа. Функции имиджа: регулирующая; коммуникативная; средство приспособления к изменяющемуся миру; воспитание и формирование общности восприятия; инновационная; социализация; престижная; эстетическая и др.

Тема 1.3. Имидж как средство делового общения

Роль речевого имиджа в системе «человек-человек». Факторы эффективности субъект-субъектного взаимодействия. Технологии общения: публичное выступление, переговоры, дискуссия, деловое совещание и т.д. Технология презентации. Роль строексов в создании имиджа в процессе общения. Техники и приемы публичного выступления.

Тема 1.4. Технологии совершенствования самоимиджа. Имидж руководителя.

Методы самосовершенствования личности: метод Хозе Сильвы, медитация, мелотерапия, библиотерапия, метод СОЭВУС (методика доктора Сытина) и др. Особенности формирования имиджа руководителя: деловой стиль, ситуационное лидерство, риски, проактивность, энергичность и т.д. Харизма руководителя.

Раздел 2. Имидж организации

Тема 2.1. Имиджевые характеристики организации. Имидж персонала

Характеристики имиджа организации: образ руководителя организации и персонала; социальный имидж организации; имидж продукции или услуг; представление персонала о комфортности и надёжности своей организации. Внешняя атрибутика: корпоративный дизайн, фирменный стиль, визуальный имидж организации. Бизнес-имидж как характеристика деловой активности организации: репутация, конкурентоспособность, инновационный потенциал, стабильность, надёжность для потребителей и партнёров и т.д. Обобщённые критерии имиджа организации. Имидж персонала.

Тема 2.2. Имидж товара как составляющая конкурентности компании

Составляющие имиджа товара: внешние, функциональные, репутационные, аттрактивные, уникальные, рекламные. Мода, современность; цена товара; доступность покупки. Привлекательность продукта, сервиса: качество, статус, товарный знак. Бренд-имидж организации как имиджевая характеристика.

Тема 2.3. Инструментарий изучения имиджа

Инструментарий имиджевого практикума: анкета, самоопросники и др. Тестирование как способ диагностики.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины (Б1.В.ДВ.1.1) «Имиджелогия» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Раздел 1	Теоретические аспекты имиджа	Методы текущего контроля для очной формы обучения
Тема 1.1.	Сущность имиджа	Устный ответ на вопросы Предоставление эссе в устном виде
Тема 1.2.	Характеристики и функции имиджа	Устный ответ на вопросы Письменная работа – решение практических заданий
Тема 1.3.	Имидж как средство делового общения	Устный ответ на вопросы Предоставление доклада в устном виде
Тема 1.4.	Технологии совершенствования самоимиджа. Имидж руководителя.	Устный ответ на вопросы
Раздел 2.	Имидж организации	
Тема 2.1.	Имиджевые характеристики организации. Имидж персонала.	Письменная работа – решение практических заданий
Тема 2.2.	Имидж товара как составляющая конкурентности компании	Письменная работа – решение практических заданий
Тема 2.3.	Инструментарий изучения имиджа	Письменная работа – решение практических заданий

Методы текущего контроля для заочной формы обучения

Раздел 1	Теоретические аспекты имиджа	
Тема 1.1.	Сущность имиджа	Письменная контрольная работа Устный ответ на вопросы Тестирование
Тема 1.2.	Характеристики и функции имиджа	
Тема 1.3.	Имидж как средство делового общения	
Тема 1.4.	Технологии совершенствования самоимиджа. Имидж руководителя.	
Раздел 2.	Имидж организации	
Тема 2.1.	Имиджевые характеристики организации. Имидж персонала.	Письменная контрольная работа Устный ответ на вопросы Тестирование
Тема 2.2.	Имидж товара как составляющая конкурентности компании	
Тема 2.3.	Инструментарий изучения имиджа.	

Методы текущего контроля для заочной формы обучения (с применением ЭО и ДОТ)

Раздел 1	Теоретические аспекты имиджа	
Тема 1.1.	Сущность имиджа	Письменный ответ на вопросы электронного семинара
Тема 1.2.	Характеристики и функции имиджа	
Тема 1.3.	Имидж как средство делового общения	
Тема 1.4.	Технологии совершенствования самоимиджа. Имидж руководителя.	
Раздел 2.	Имидж организации	
Тема 2.1.	Имиджевые характеристики	Письменный ответ на вопросы

	организации. Имидж персонала.	электронного семинара
Тема 2.2.	Имидж товара как составляющая конкурентности компании	
Тема 2.3.	Инструментарий изучения имиджа.	

4.1.2. Зачет проводится с применением следующих методов оценки (средств):

Устное собеседование по вопросам билета (очная и заочная формы обучения) и письменная работа и компьютерное тестирование (заочная форма обучения с применением ЭО и ДОТ).

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся³

4.2.1. Типовые вопросы для устного опроса

Для проведения занятий по очной форме обучения

Тема «Сущность имиджа» (О₁)

1. Какова природа и сущность имиджа?
2. Как можно охарактеризовать «Имиджологию» как науку?
3. Каковы слагаемые самоимиджа?
4. Что включает в себя формула имиджа?

Тема «Характеристики и функции имиджа» (О₂)

1. Какое слагаемое биографии и почему является приоритетным в современном обществе?
2. Что включает в себя психологический портрет?
3. Какие функции имиджа носят воспитательный характер для персонала?

Тема «Имидж как средство делового общения (О₃)

1. Какую роль играют строксы в поддержании имиджа?
2. Какими приемами привлечения внимания аудитории вы владеете?

Тема «Технологии совершенствования самоимиджа. Имидж руководителя» (О₄)

1. Какие методы самосовершенствования личности вы считаете эффективными для формирования самоимиджа?
2. Что в себя включает деловой стиль руководителя?
3. Всегда ли нужна/не нужна харизма руководителю для поддержания своего имиджа и почему?

4.2.2. Темы для подготовки докладов

Тема 1.3. Имидж как средство делового общения (Д₁)

1. Роль речевого имиджа в системе «человек-человек».
2. Харизматический язык тела как элемент делового общения.
3. Роль психологического макияжа при общении.
4. Публичное выступление как инструмент поддержания имиджа.

4.2.3. Типовые варианты практических заданий

1. Мое видение сущности имиджа.
2. Составление имиджевой характеристики.
3. Разработка и презентация имидж-карты.
4. Составление Антистрессовой программы как составной части работы над имиджем

³Полный перечень вопросов и заданий находится на кафедре управления персоналом в УМКД по дисциплине

5. Проект генеалогического семейного древа.
6. Мозговой штурм: Имидж СИУ – филиал РАНХиГС при Президенте РФ глазами студентов.
7. Проект: Создание «Имиджевой мастерской».
8. Защита результатов деятельности «Имиджевой мастерской».
9. Подготовка инструментария для изучения имиджа организации.

4.2.4. Типовые варианты вопросов и заданий для электронного семинара

Раздел 1. Теоретические аспекты имиджа

Задание 1. Раскройте понятие «имидж». Существует ли различие между понятиями «облик» и «имидж»? Как определяются атрибуты и факторы имиджа? Дайте определения имиджологии, имиджирования, имиджмейкера. Охарактеризуйте значение имиджа

Задание 2. Приоритетные функции имиджа. Каковы функции имиджа, их теоретическое и практическое значение? Какие существуют направления и отрасли имиджологии? Какие знания и умения приоритетны в имиджологии?

Задание 3. Место философского знания в имиджологии. В чем суть философии имиджологии? Какое значение для формирования философии имиджологии имеет концепция В. М. Шепеля об имидже как феномене и как понятии? 4. Что такое процесс формирования имиджа?

Задание 4. Что такое вербальное и невербальное общение? Каковы их основные различия? Какие основные кинесические знаки «пристройки снизу»? Какие основные кинесические знаки «пристройки сверху»?

Раздел 2. Имидж организации

Задание 1. Определите понятие корпоративного имиджа. Каковы критерии эффективного имиджа корпорации? Как изменялось внимание к имиджу и репутации в истории развития науки об имидже и имиджировании? Что такое корпоративная идентичность и как она соотносится с имиджем?

Задание 2. Какие составляющие внешнего облика руководителя влияют на эффективность его имиджа? Какие личностные черты необходимы руководителю для построения оптимального имиджа? Должен ли имидж руководителя меняться с течением времени? Какова технология построения имиджа руководителя? Есть ли различия между понятиями: «менеджер» и «руководитель», «управление» и «руководство»? В чем суть этих различий?

Задание 3. Назовите аспекты сохранения и поддержания корпоративного имиджа. Какое значение имеет мониторинг имиджа? Целесообразны ли изменения корпоративного имиджа? Назовите способы и средства поддержания «лица компании».

Задание 4. Из чего складывается работа по целенаправленному формированию позитивного внутреннего имиджа организации? Как связаны между собой внешний и внутренний имидж, идентичность и внутренний имидж организации? Приведите примеры удачного внутреннего имиджирования в известных компаниях.

4.2.5. Типовые тестовые задания

1. Выберите один правильный ответ:

Имидж характеризуется:

складывается в массовом сознании

*эмоционально окрашенный образ

*формирование имиджа происходит стихийно

формирование имиджа происходит целенаправленно

*отражает социальные ожидания определенной группы

2. Вставьте пропущенное слово

Деловая культура организации и её стиль, социально-психологический климат, представление персонала о комфортности и надёжности своей организации, создающие мощный потенциал для формирования позитивного _____.

имиджа

3. Вставьте пропущенное слово

Имидж – это сложившийся в массовом сознании и имеющий характер стереотипа эмоционально окрашенный _____ кого-либо или чего-либо

образ

4. Вставьте пропущенное слово

Важнейшим показателем и рычагом управления внутрикорпоративным имиджем является организационная _____

культура

5. Проанализируйте этапы шагов формирования и подтверждения внутреннего и внешнего имиджа организации

Первый этап	Внутренний имидж компании на данном этапе также только формируется. Минимально затратные способы формирования внешнего имиджа
Второй этап	Внешний имидж компании направлен на подчеркивание в рекламе стабильности ее деятельности, постоянную связь с существующими клиентами
Третий этап	«Золотой век» организации
Четвертый этап	Если компания развернулась в инновациях, то весь цикл запускается снова

6. Задание на соответствие между характеристиками имиджа и их содержанием

Содержание	Характеристики
1. Физические, психофизиологические особенности, характер человека, тип личности, индивидуальный стиль принятия решений, личное обаяние	1. Персональные
2. Связаны с текущей политической ситуацией, которой человек должен соответствовать. Это достаточно подвижная часть имиджа, тесно связанная с требованиями реальности. Каждый раз эти характеристики конструируются заново на основе тщательного анализа сложившейся ситуации. К ним относятся статус, модели ролевого поведения и т. д.	2. Социальные
3. Являются устойчивым и неизменным компонентом. Они связаны с идеологией и культурой.	3. Символические

7. Выберите несколько правильных ответов:

Формирование имиджа происходит в соответствии с принципами

*повторения

мотивации

*непрерывного усиления воздействия

*двойного вызова

4.2.6. Темы контрольных работ

1. Имидж как научная категория.
2. Принципы и подходы формирования имиджа.
3. Факторы формирования имиджа.
4. Технология создания имиджа организации.
5. Имидж деловой женщины.
6. Технология имиджа руководителя.
7. Внешность как фактор формирования имиджа.
8. Социально-психологический тренинг как способ формирования имиджа.
9. Саморегуляция как метод создания имиджа.
10. Технология создание имиджа политика.
11. Харизма руководителя как элемент имиджа.
12. Психодиагностика и ее роль в формировании имиджа.
13. Роль функций имиджа в управленческой деятельности.
14. Общение как фактор формирования имиджа.
15. Медитация как способ совершенствования самоимиджа.
16. Мелотерапия как метод коррекции самоимиджа менеджера.
17. Антистрессовая программа как составная часть работы над имиджем.
18. Виды имиджа: самоимидж, перцептивный и идеальный.
19. Имиджевые компоненты и ценности.
20. Речевой имидж и его диагностика.
21. Имидж организации как фактор эффективного управления.
22. Характеристики имиджа организации.
23. Роль символики в создании имиджа организации.
24. Имидж товара как составляющая имиджа компании.

4.3.Оценочные средства для промежуточной аттестации

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК – 32	Владение навыками диагностики организационной культуры и умение применять их на практике, умение обеспечивать соблюдение этических норм взаимоотношений в организации	ПК – 32.1	Формирование целостного представления о мировой культуре, ее базовых ценностях, о методах и формах приобретения, хранения и передачи ценностей культуры, о человеке как феномене культуры

--	--	--	--

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
Формирование целостного представления о мировой культуре, ее базовых ценностях, о методах и формах приобретения, хранения и передачи ценностей культуры, о человеке как феномене культуры	Демонстрирует понимание целостности представления о человеке как феномене культуры и его имиджа	Продемонстрировано понимание о человеке как феномене культуры и его имиджа

4.3.1 Тематика вопросов к зачету

1. Теоретические аспекты имиджа.
2. Природа и сущность имиджа с точки зрения отечественных авторов.
3. Природа и сущность имиджа с точки зрения зарубежных исследователей.
4. Виды имиджа: самоимидж, перцептивный и идеальный.
5. Подходы к возникновению имиджа: функциональный, контекстный, сопоставительный и др.
6. Принципы формирования имиджа: повторения, непрерывного усиления воздействия, «двойного вызова». Формула имиджа.
7. Факторы формирования имиджа.
8. Имидж как средство делового общения.
9. Роль речевого имиджа в системе «человек-человек».
10. Технология публичного выступления как инструмент поддержания имиджа.
11. Технологии совершенствования самоимиджа.
12. Деловой имидж руководителя.
13. Методы самосовершенствования личности для формирования самоимиджа.
14. Особенности формирования имиджа руководителя.
15. Инструменты делового стиля руководителя.
16. Ситуационное лидерство как инструмент имиджа руководителя.
17. Имидж деловой женщины.
18. Имиджевые характеристики организации
19. Имидж персонала.
20. Социальный имидж организации.
21. Внешняя атрибутика корпоративного имиджа.
22. Бизнес-имидж как характеристика деловой активности организации.
23. Имидж товара как составляющая конкурентности компании.
24. Инструментарий изучения имиджа.

4.3.2 Типовые оценочные средства

Полный перечень вопросов и заданий находится на кафедре управления персоналом УМК-Д

Типовые вопросы и задания для подготовки к зачету

1. Разработать имидж-карту на последующие 5 лет.
2. Составить Антистрессовую программы как составную часть работы над имиджем.
3. Составить генеалогическое семейное древо.
4. Письменный отчет по результатам Мозгового штурма: Имидж СИУ РАНХиГС при Президенте РФ глазами студентов.
5. Подготовить письменный отчет о деятельности «Имиджевой мастерской».
6. Разработать анкету изучения имиджа организации.

4.3.3. Типовые варианты письменного контрольного задания (ЭО и ДОТ)

Раздел 1. Теоретические аспекты имиджа

1. Разработать имидж-карту на последующие 5 лет.
2. Составить Антистрессовую программы как составную часть работы над имиджем.
3. Составить генеалогическое семейное древо.

Раздел 2. Имидж организации

1. Письменный отчет по результатам Мозгового штурма: Имидж СИУ РАНХиГС при Президенте РФ глазами студентов.
2. Подготовить письменный отчет о деятельности «Имиджевой мастерской».
3. Разработать анкету изучения имиджа организации.

4.3.4. Типовые варианты тестовых заданий (ЭО и ДОТ)

1. Выберите несколько правильных ответов

К актуализации понятия «имидж» привели

- *рыночные отношения
- *развитие конкуренции
- отсутствие конкуренции
- *многопартийность

2. Выберите несколько правильных ответов

Исследование имиджа осуществляется различными дисциплинами и носит

- *междисциплинарный характер
- *целостный характер
- национальный характер
- демографический

3. Выберите несколько правильных ответов

Имидж - это

- *определенный образ
- *форма самопрезентации
- установка
- сторителлинг

4. Выберите несколько правильных ответов

В работах западных исследователей имидж индицируется через внешние показатели

- *голос

- *умение вести диалог
- *внешность
- национальность

5. Выберите несколько правильных ответов

В работах западных исследователей имидж индицируется через социально-экономические показатели

- *богатство
- *престиж
- биографию
- *деньги

6. Выберите один правильный ответ

Анализ подходов разных авторов позволяет выделить перечень свойств имиджа как явлению

- *социально-психологическому
- национальному
- гендерному
- мотивационному

7. Выберите несколько правильных ответов

Мифологизация как инструмент имиджологии включает в себя

- *двойное сообщение
- *мифы и архетипы
- эмоциональный фон
- *подстройку под миф

8. Выберите несколько правильных ответов

Самоимидж – это

- *прошлый опыт
- *отражение уровня сегодняшней самооценки
- *важная составляющая роста карьеры
- восприятие другими людьми

9. Требуемый имидж – это тот, который

- сложился в сознании других людей
- *требуется определенных имиджевых характеристик
- сложился конкретной целевой группой
- образ или эмоция с выражением опыта взаимодействия

10. Выберите несколько правильных ответов

Формирование имиджа происходит в соответствии с принципами

- *повторения
- мотивации
- *непрерывного усиления воздействия
- *двойного вызова

11. Выберите несколько правильных ответов

В публичном выступлении используют

- *нечетное количество пунктов
- неравенство собеседников
- *приемы привлечения внимания

*ссылки на авторитеты

12. Установите соответствие между технологиями имиджирования и их содержанием

1. Технология позиционирования, представляющая собой	1. в каждом человеке на глубинном уровне присутствуют мифы и архетипы, и задача имиджмейкера заключается в том, чтобы активизировать эту символику на выгодном для коммуникатора направлении.
2. Манипулирование	2. помещение объекта в благоприятную информационную среду.
3. Мифологизация предполагает, что	3. выполняет функцию «легенды» или «мифа», маскирующего истинные намерения

1 – 2; 2 – 3; 3 – 1

13. Установите соответствие между технологиями имиджирования и их содержанием

1. Вербализация	1. конкретизация, сопереживание и заимствование чужих эмоций
2. Детализация	2. повышает уровень воздействия информации, поскольку детали, являясь опорными сигналами, дольше сохраняются в памяти
3. Инструментами эмоционализации являются	3. основана на умении имиджмейкера общаться на языке аудитории, направлять вербализацию в нужную сторону, когда необходимо скрыть реальное положение вещей

1 – 3; 2 – 2; 3 – 1

14. Вставьте пропущенные слова

Рыночные отношения, развитие конкуренции во всех областях жизни привели к актуализации понятия «имиджа» как преднамеренного создания _____

*образа,

*эффекта личной презентации

15. Вставьте пропущенные слова

В переводе с английского имидж (*image*) «образ, статуя, подобие, метафора, икона», но чаще всего профессионалами интерпретируется в значении _____

* образ

16. Вставьте пропущенные слова

В целях уменьшения волнения К. Станиславский советовал начинающим находиться в _____ круге внимания, и тогда актер имеет все шансы хорошо справиться с ролью.

*узком

Шкала оценивания.

Таблица 2.

Зачет	Экзамен (5-балльная шкала)	Критерии оценки
Незачтено	2	Студент не усвоил понятийный аппарат дисциплины: виды, факторы, принципы формирования имиджа организации работодателя и персонал-имидж; речевой имидж; - не владеет практическими навыками публичного выступления, деловой переписки, электронных коммуникаций; - не способен формировать имиджевые мероприятия, тренинги.
Зачтено	3	Студент слабо усвоил понятийный аппарат дисциплины: виды, факторы, принципы формирования имиджа организации работодателя и персонал-имидж; речевой имидж; - слабо владеет практическими навыками публичного выступления, деловой переписки, электронных коммуникаций; - слабо формирует имиджевые мероприятия, тренинги.
	4	Студент достаточно усвоил понятийный аппарат дисциплины: виды, факторы, принципы формирования имиджа организации работодателя и персонал-имидж; речевой имидж; - хорошо владеет практическими навыками публичного выступления, деловой переписки, электронных коммуникаций; - формирует имиджевые мероприятия, тренинги на достаточном уровне.
	5	Студент на высоком уровне усвоил понятийный аппарат дисциплины: виды, факторы, принципы формирования имиджа организации работодателя и персонал-имидж; - владеет на высоком уровне практическими навыками публичного выступления, деловой переписки, электронных коммуникаций; - формирует имиджевые мероприятия, тренинги на высоком уровне.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические указания по подготовке к формам текущего контроля представлены на сайте института²

Методические указания по подготовке контрольной работы представлены на сайте института³

Методические указания по освоению дисциплины студентами заочной формы обучения с применением ЭО, ДОТ размещены на сайте института⁴

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература

1. Аверченко, Л.К. Имиджология: учеб. пособие для студентов всех форм обучения по направлению 080400.62 - Упр. персоналом / Л. К. Аверченко; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ, Сиб. ин-т упр. - Новосибирск: Изд-во СибАГС, 2014. - 197 с. – То же [Электронный ресурс]. - Доступ из Б-ки электрон. изданий / Сиб. ин-т упр. – филиал

² Методические указания по подготовке к формам текущего контроля для студентов направления «Управление персоналом»// <http://siu.ranepa.ru/kafedra/default.aspx?page=70>

³ Требования к структуре и оформлению контрольной работы для студентов направления /специальности «Управление персоналом»// <http://siu.ranepa.ru/kafedra/default.aspx?page=70>

⁴ <http://siu.ranepa.ru/sveden./education/>

РАНХиГС. – Режим доступа: <http://www.sapanet.ru>, требуется авторизация (дата обращения: 15.08.2015). – Загл. с экрана.

2. Горчакова В. Г. Имиджология: теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов / В. Г. Горчакова. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2014. - 335 с. - То же [Электронный ресурс]. - Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/15362>, требуется авторизация (дата обращения : 01.08.16). – Загл. с экрана. - То же [Электронный ресурс]. – Доступ из Унив. б-ки ONLINE. – Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115022>, требуется авторизация (дата обращения : 01.08.2016). – Загл. с экрана.

3. Имиджология [Электронный ресурс] : учеб.-практ. пособие / Ульяновский государственный технический университет ; сост. Р. А. Кадермятова. - Электрон. дан. - Ульяновск : УлГТУ, 2014. - 91 с. – Доступ из Унив. б-ки ONLINE. – Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=363227>, требуется авторизация (дата обращения : 01.08.2016). – Загл. с экрана.

4. Руднев, В.Н. Риторика. Деловое общение : учеб. пособие / В. Н. Руднев. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : КноРус, 2014. - 352 с. - (Бакалавриат).

5. Ушакова, Н. В. Имиджология: учеб. пособие / Н. В. Ушакова, А. Ф. Стрижова. - 3-е изд., испр. - Москва : Дашков и К, 2013. - 262 с. – То же [Электронный ресурс]. — Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/10561>, требуется авторизация (дата обращения : 01.08.2016). — Загл. с экрана.

6.2. Дополнительная литература

1. Безручко, П. Культура обратной связи : как правильно реагировать на действия коллег и сотрудников / П. Безручко // Harvard Business Review. - 2018. - № 10. - С. 102-105.

2. Востряков, Л. Е. Особенности индивидуального имиджа / Л. Е. Востряков // Гос. служба. Вестн. Координац. Совета по кадровым вопр., гос. наградам и гос. службе при полномоч. представителе Президента РФ в Сев.-Зап. федер. округе. - 2011. - № 2. - С. 61-67. – То же [Электронный ресурс]. – Доступ из НЭБ eLibrary.ru. - Режим доступа : <https://elibrary.ru/item.asp?id=17132518>, требуется авторизация (дата обращения : 11.08.2016). — Загл. с экрана.

3. Горчакова, Р. Р. Формирование имиджа современного руководителя / Р. Р. Горчакова // Регионология. - 2011. - № 3. - С. 240-245. – То же [Электронный ресурс]. – Доступ из НЭБ eLibrary.ru. - Режим доступа : <https://elibrary.ru/item.asp?id=16974031>, требуется авторизация (дата обращения : 15.08.2016). — Загл. с экрана. – То же [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/v/formirovanie-imidzha-sovremennogo-rukovoditelya>, свободный (дата обращения : 15.08.2016). — Загл. с экрана.

4. Котельников, В.А. Медиа-имидж государственных служащих: методология построения и приоритеты / В.А. Котельников, Е.А. Никитина // Соц. политика и соц. партнерство. - 2018. - № 12. - С. 39-43.

5. Лысикова, О. В. Имиджология и паблик рилейшенз в социокультурной сфере [Электронный ресурс]: учеб. пособие / О. В. Лысикова. — Электрон. дан. — Москва : ФЛИНТА, 2014. — 168 с. — Доступ из ЭБС издательства «Лань». — Режим доступа : http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=51795, требуется авторизация (дата обращения : 01.11.2016). — Загл. с экрана.

4. Мамина, Р. И. Деловой этикет в системе имиджа: философско-культурологический анализ [Электронный ресурс] / Р. И. Мамина. — Электрон. дан. — Санкт-Петербург : Петрополис, 2012. — 232 с. — Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/20314>, требуется авторизация (дата обращения : 01.08.2016). — Загл. с экрана.

6. Матвеев, К. С. Речевой имидж как средство создания благоприятного образа политика [Электронный ресурс] / К. С. Матвеев. - Электрон. дан. — Москва : Лаборатория книги, 2010. - 95 с. - Доступ из Унив. б-ки ONLINE. – Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=89584>, требуется авторизация (дата обращения : 01.08.2016). — Загл. с экрана.

7. Романова, А. В. Функции имиджа в межличностном общении / А. В. Романова // Соц. политика и социология. - 2012. - № 8. - С. 165-177. – То же [Электронный ресурс]. – Доступ из НЭБ eLibrary.ru. - Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=18887418>, требуется авторизация (дата обращения : 15.08.2016). — Загл. с экрана.

8. Ушакова, Н. В. Имиджелогия: учеб. пособие /Н. В. Ушакова, А. Ф. Стрижова. - 3-е изд., испр. - Москва: Дашков и К, 2013. - 262 с. – То же [Электронный ресурс]. — Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10561>, требуется авторизация (дата обращения : 01.11.2016). - Загл. с экрана.

9. Чуланова, О. Л. Управление компетенциями персонала: учебник для студентов вузов, обучающихся по направлениям подготовки 38.04.03 "Управление персоналом", 38.04.02 "Менеджмент", 38.04.01 "Экономика" (квалификация (степень) "магистр") / О.Л. Чуланова. - Москва: Инфра-М, 2018. – 230с.

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Практическая имиджелогия: хрестоматия для дистанц. обучения и сам. работы студентов /автор-сост. Л.К. Аверченко. – Новосибирск: СибАГС, 2007. – 128с.

2. Управление поведением в организациях: метод. рекомендации для самостоятельной работы /сост. Л.К. Аверченко - Новосибирск: СибАГС, 2010. – 40с.

6.4. Нормативные правовые документы.

Нормативные правовые документы не используются

6.5. Интернет-ресурсы

1. Официальный сайт Национального союза кадровиков [Электронный ресурс] / Нац. союз кадровиков. - [Москва], 2002 - 2012. - Режим доступа: <http://www.kadrovik.ru/>, свободный. (дата обращения: 19.01.2015).

2. Управление персоналом [Электронный ресурс]: сайт журн. «Упр. персоналом» / Издат. дом «Упр. персоналом». – Москва., 2001 – 2012. - Режим доступа: <http://www.top-personal.ru>, свободный. (дата обращения: 19.01.2015).

3. Университетская библиотека ONLINE [Электронный ресурс]: [электрон.-библиотеч. система] / О-во с огранич. ответственностью «Директ-Медиа». - [Москва], 2001 - 2010. - Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru>, требуется авторизация. (дата обращения: 19.01.2015).

4. Университетская информационная система РОССИЯ [Электронный ресурс] : тематич. электрон. б-ка / Науч.-исслед. вычислит. центр МГУ; Автоном. некоммерч. организация «Центр информац. исслед.». – Электрон. дан. – Москва, 2000 – 2012. - Режим доступа: <http://uisrussia.msu.ru>, требуется авторизация

5. Электронная библиотека [Электронный ресурс] // Административно-управленческий портал. – Режим доступа: <http://www.aup.ru/library>, свободный (дата обращения: 19.01.2015).

6. <http://www.eos.ru> - ЭОС: Системы электронного документооборота. Компания ЭОС - ведущий разработчик систем управления документооборотом, электронными и

бумажными архивами, бизнес-процессами и корпоративным контентом, лидер рынка СЭД/ЕСМ-систем России и стран СНГ.

6.6. Иные источники

Иные источники не используются.

7. Материально – техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа): Экран, компьютер с подключением к локальной сети института, и выходом в Интернет, звуковой усилитель, антиподаватель, мультимедийный проектор, столы аудиторные, стулья, трибуна настольная, доска аудиторная

Лаборатория личностного и профессионального развития: компьютер с подключением к локальной сети института и выходом в Интернет, телевизор, колонки, DVD-проигрыватель, музыкальные центры, видеокамера, видеомagniтофоны, методические материалы (тесты, методики и т.п.), столы письменные, стулья, шкаф, трибуна настольная, стеллаж, доска аудиторная, ковровое покрытие; стекло для одностороннего просмотра для проведения фокус-групп

Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа: Столы аудиторные, стулья, трибуна, доска аудиторная, компьютер с выходом в Интернет, мультимедийный проектор, экран

Помещения для самостоятельной работы обучающихся. Компьютерные классы. Библиотека, имеющая места для обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет: компьютеры с выходом в Интернет., автоматизированную библиотечную информационную систему и электронные библиотечные системы: «Университетская библиотека ONLINE», «Электронно-библиотечная система издательства ЛАНЬ», «Электронно-библиотечная система издательства «Юрайт», «Электронно-библиотечная система IPRbooks», «Университетская Информационная Система РОССИЯ», «Электронная библиотека диссертаций РГБ», «Научная электронная библиотека eLIBRARY», «EBSCO», «SAGE Premier». Система федеральных образовательных порталов «Экономика. Социология. Менеджмент», «Юридическая Россия», Сервер органов государственной власти РФ, Сайт Сибирского Федерального округа и др. Экран, компьютер с подключением к локальной сети филиала и выходом в Интернет, звуковой усилитель, мультимедийный проектор, столы аудиторные, стулья, трибуна, доска аудиторная. Наборы виртуального демонстрационного оборудования, наглядные учебные пособия.

Специализированный кабинет для занятий с маломобильными группами (студенты с ограниченными возможностями здоровья): Экран, компьютеры с подключением к локальной сети института и выходом в Интернет, звуковой усилитель, мультимедийный проектор, столы аудиторные, стулья, трибуна настольная, доска аудиторная, офисные кресла

Видеостудия для вебинаров: Компьютеры с выходом в Интернет, оснащенные веб-камерами и гарнитурами (наушники + микрофон), столы, стулья.

Кафедры: Компьютеры с выходом в Интернет, в т.ч. оснащенные веб-камерой, гарнитурой (наушники + микрофон), столы, стулья, кресла офисные, принтер, шкафы.

Компьютерный класс для преподавателей: Компьютеры с выходом в Интернет и в локальную сеть, лазерный принтер, сканеры, столы аудиторные, стулья, доска аудиторная

Программное обеспечение: Пакет MS Office, Microsoft Windows, Сайт филиала, СДО Прометей, Корпоративные базы данных, iSpring Free Cam8.