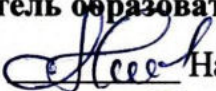




**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Кабардино-Балкарский государственный
университет
им. Х.М. Бербекова» (КБГУ)**

**ИНСТИТУТ МЕНЕДЖМЕНТА, ТУРИЗМА И ИНДУСТРИИ
ГОСТЕПРИИМСТВА**

<p>«СОГЛАСОВАНО»</p> <p>Руководитель образовательной программы  Нагоев А.Б.</p> <p>« 30 » 05 2023 г.</p>	<p>«УТВЕРЖДАЮ»</p> <p>Директор института  Р.М. Лигидов</p> <p>« 30 » 05 2023 г.</p> 
--	--

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
«ИМИЖДЕОЛОГИЯ»**

Направление подготовки (специальность)
38.03.03 – Управление персоналом
(код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки:
«Управление персоналом в организации»

Квалификация (степень) выпускника:
бакалавр

Форма обучения:
Очная, очно-заочная, заочная

Нальчик 2023

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Имиджиология» / сост. Нагоев А.Б.– Нальчик: КБГУ, 2023. – 37 с.

Рабочая программа предназначена для студентов очной формы обучения по направлению подготовки 38.03.03 «Управление персоналом», профиль «Управление персоналом организации».

Рабочая программа составлена с учетом Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 14.12. 2015 г. №1461

СОДЕРЖАНИЕ

1.	Цели и задачи освоения дисциплины	4
2.	Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО	4
3.	Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)	4
4.	Содержание и структура дисциплины (модуля)	5
5.	Оценочные материалы для текущего и рубежного контроля успеваемости и промежуточной аттестации	10
6.	Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности	21
7.	Учебно-методическое обеспечение дисциплины (модуля)	24
7.1.	<i>Основная литература</i>	24
7.2.	<i>Дополнительная литература</i>	24
7.3.	<i>Периодические издания (газета, вестник, бюллетень, журнал)</i>	25
7.4.	<i>Интернет-ресурсы</i>	25
7.5.	<i>Методические указания по проведению различных учебных занятий, к курсовому проектированию и другим видам самостоятельной работы</i>	26
8.	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)	31
9.	Приложения	33

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины - вооружить обучаемых знаниями теоретических основ, основных механизмов и методов формирования имиджа, технологиями самопрезентации, а также навыками и умениями их эффективного использования в процессе профессиональной деятельности выпускников.

В результате получения знаний и навыков выпускник направления «Управление персоналом» может выполнять следующие должностные обязанности, которые обеспечиваются дисциплиной «Имиджелогия»: вести самостоятельную предпринимательскую деятельность; организовывать работу компании; создавать новую организацию в различных отрасли; организовывать условия труда для служащих в компании.

Задачами изучения дисциплины является:

- ознакомление с основными направлениями подходов к проблеме имиджа, функциям, методам и принципам формирования имиджа;
- определение роли имиджа в современном бизнесе, политике, в повседневной жизни.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Имиджелогия» относится к дисциплинам по выбору вариативного блока основной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.03 – Управление персоналом.

К исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Имиджелогия», относятся знания, умения и виды деятельности, сформированные в процессе изучения дисциплины «Организационная культура». Дисциплина «Имиджелогия» является основой для изучения дисциплин: «Управление проектом», «Этика деловых отношений».

3. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

В совокупности с другими дисциплинами профиля «Управление персоналом организации» «Имиджелогия» направлена на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.03 – Управление персоналом (уровень бакалавриата):

Профессиональные компетенции (ПК) по видам профессиональной деятельности:

ПК- 29 - владение навыками анализа и диагностики состояния социальной сферы организации, способностью целенаправленно и эффективно реализовывать современные технологии социальной работы с персоналом, участвовать в составлении и реализации планов (программ) социального развития с учетом фактического состояния социальной сферы, экономического состояния и общих целей развития организации;

ПК-32 - владение навыками диагностики организационной культуры и умением применять их на практике, умением обеспечивать соблюдение этических норм взаимоотношений в организации.

В процессе изучения дисциплины «Имиджелогия» студент должен:

Знать:

- сущность имиджа, его составляющие и роль в различных сферах общественных отношений;
- социально-психологические механизмы формирования имиджа.

Уметь:

- определять профиль аудитории, личности, организации;
- разрабатывать тактику формирования имиджа организации, личности, товара, разрабатывать рекомендации и предложения для изменения имиджа;

- владеть технологиями "личного обаяния".

Владеть:

- основами теоретических подходов к проблеме имиджа,
- принципы, функции, методы формирования имиджа.

4.Содержание и структура дисциплины (модуля)

Таблица 1. Содержание дисциплины (модуля) «Имиджелогия», перечень оценочных средств и контролируемых компетенций

№ п/п	Наименование раздела	Содержание раздела	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Форма текущего контроля
1	2	3	4	5 ¹
1.	Имидж как экономическая категория.	Генезис деловой репутации. Сущность и содержание деловой репутации. Положительная и отрицательная деловая репутация. Имидж как общественно сложившееся мнение. Имидж как неидентифицируемый нематериальный актив. Виды имиджа. Функции деловой репутации государственных и муниципальных предприятий. Особенность имиджа государственных и муниципальных образований. Организация групповой работы в процессе формирования имиджа.	ПК-29	ДЗ; Р; Т; дискуссии; презентации
2.	Имидж организации.	Ключевые понятия в определении имиджа. Основные задачи имиджа и репутации. Имидж как отражение эмоционального восприятия организации. Организационная культура как фактор формирования имиджа организации.	ПК-29	ДЗ; Р; Т; дискуссии; презентации
3.	Разработка и применение стратегий формирования имиджа.	Направления использования формирования имиджа (оказание индивидуальных услуг, участие в рекламной деятельности, работа в системе связей с общественностью, политическое консультирование).	ПК-29	ДЗ; Р; Т; дискуссии; презентации

¹ В графе 5 приводятся планируемые формы текущего контроля: защита лабораторной работы (ЛР), выполнение курсового проекта (КП), курсовой работы (КР), расчетно-графического задания (РГЗ), домашнего задания (ДЗ) написание реферата (Р), эссе (Э), коллоквиум (К), рубежный контроль (РК), тестирование (Т) и т.д.

		Выявление имиджевых качеств объекта. Обеспечение постоянства имиджа. Использование методов активного социально-психологического обучения в формировании имиджа. Мотивация формирования благоприятного имиджа. Оптимизация общения с клиентом.		
4.	Имидж руководителя.	<p><i>Индивидуальные характеристики</i> руководителя: внешность, психофизиологические особенности, личностный тип, характер, индивидуальный стиль деятельности и т.д., связанное с личностью и индивидуальностью человека. Развитые коммуникативные навыки.</p> <p><i>Социальные характеристики</i> руководителя. Социальный статус. Ценности – базовые внутренние установки и принципы, на которые опирается руководитель при принятии решений. Готовность рисковать и смелость в принятии решений. Умение взять ответственность на себя.</p> <p><i>Власть и личное влияние.</i> Потенциал власти и разновидности власти. Социально-психологический тренинг имиджевых качеств личности.</p> <p>Личная миссия или стратегическое видение руководителем развития организации.</p>		ДЗ; Р; Т; дискуссии; презентации
5	Структура и типология имиджа.	<p>Когнитивный, аффективный и поведенческий компоненты имиджа. Сознательный и бессознательные уровни функционирования имиджа. Функциональные и психологические преимущества объекта. Ключевые</p> <p>Личность как реципиент имиджа. Малая, средняя и большая социальные группы как аудитория имиджа. Массовая аудитория имиджа. Виды объектов имиджа: личность, организация, группа, товар (торговая марка). Виды имиджа. Профессиональный имидж. Типологии по области применения: бизнес, реклама, шоу-бизнес, политика, управление организацией. Влияния особенностей субъекта на формирование и изменение имиджа. Ти-</p>	ПК-29	ДЗ; Р; Т; дискуссии; презентации

		пология личности как основа для оценки имиджевой предрасположенности		
6	Методы работы имиджмейкера с клиентом.	Программа работы имиджмейкера в консалтинговой сфере. Концептуальный подход. Роль и функции имиджмейкера в работе с личностью. Этапы работы с имиджем клиента. Значение каждого этапа взаимодействия с клиентом по формированию его имиджа. Работа с возражениями. Применение рефлексивной модели развития творческой направленности личности. Методы работы имиджмейкера в консалтинговой сфере: метод экспрессии; метод интроспективного анализа; рефлексивный тренинг; метод по развитию творческого самочувствия; активные групповые методы; поведенческий тренинг.	ПК-32	ДЗ; Р; Т; дискуссии; презентации
7	Технология имиджирования: позиционное представление презентации.	Стратегии и тактики построения имиджа. Виды имиджирующей информации. Влияние подсознательной информации на возникновение имиджа. Прямая и косвенная информация о человеке.	ПК-32	ДЗ; Р; Т; дискуссии; презентации
8	Разработка и применение стратегий формирования имиджа.	Направления использования формирования имиджа (оказание индивидуальных услуг, участие в рекламной деятельности, работа в системе связей с общественностью, политическое консультирование). Стихийность и целенаправленность в формировании имиджа. 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 с клиентом	ПК-32	ДЗ; Р; Т; дискуссии; презентации

9	Управление имиджем.	Управляющая и управляемая подсистемы Цель управления деловой репутацией. Управление деловой репутацией на различных стадиях жизненного цикла организации. Принципы управления деловой репутацией: нацеленность на достижение конечного результата; зависимость от прошлого и учет базовых стратегий организаций; сочетание перспективного, текущего и оперативного планирования; мониторинг уровня деловой репутации. Нормативно-правовая база управления деловой репутацией.	ПК-32	ДЗ; Р; Т; дискуссии; презентации
---	---------------------	---	-------	----------------------------------

На изучение курса отводится 108 часов (3 з.е.), из них: контактная работа 50 ч., в том числе лекционных – 20 часов; практических (семинарских) – 30 часа; самостоятельная работа студента 31 час; завершается экзаменом (27 часов).

Структура дисциплины (модуля) «Имиджиология»

Таблица 2. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц (108 часов)

Вид работы	Трудоемкость, часов / зачетных единиц	
	VIII семестр	Всего
Общая трудоемкость (в часах)	108	108
Контактная работа (в часах):	50	50
<i>Лекции (Л)</i>	20	20
<i>Практические занятия (ПЗ)</i>	30	30
<i>Семинарские занятия (СЗ)</i>	<i>Не предусмотрены</i>	<i>Не предусмотрены</i>
<i>Лабораторные работы (ЛР)</i>	<i>Не предусмотрены</i>	<i>Не предусмотрены</i>
Самостоятельная работа (в часах):	31	31
Расчетно-графическое задание	<i>Не предусмотрено</i>	<i>Не предусмотрено</i>
Реферат (Р)	5	5
Эссе (Э)		
Контрольная работа (КР)		
Самостоятельное изучение разделов	26	26
Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)	<i>Не предусмотрен</i>	<i>Не предусмотрен</i>
Подготовка и прохождение промежуточной аттестации	27	27
Вид промежуточной аттестации	Экзамен	Экзамен

Таблица 3 – Лекционные занятия

№п/п	Тема
1	2
1	Имидж(деловая репутация) как экономическая категория. Цель и задачи изучения темы – раскрыть генезис деловой репутации, рассмотреть какие бывают виды деловой репутации, какие функции выполняет деловая репутация, каковы принципы и факторы управления деловой репутацией.
2	Имидж организации. Цель и задачи изучения темы – раскрыть каковы основные цели и задачи имиджа и репутации компании, отношение имиджа и репутация как формы и содержания, рас-

	крыть какие существуют три типа имиджа.
3	Разработка и применение стратегий формирования имиджа. <i>Цель и задачи изучения темы</i> – раскрыть каковы основные направления использования формирования имиджа, в чем заключается тихийность и целенаправленность в формировании имиджа, дать характеристику этапам формирования имиджа.
4	Роль паблисити в формировании имиджа организации. <i>Цель и задачи изучения темы</i> – раскрыть понятие и сущность паблисити, какую роль играет паблисити в формировании деловой репутации организации, рассмотреть какие акции проводятся с помощью паблисити, рассчитанных на целевую аудиторию.
5	Имидж руководителя <i>Цель и задачи изучения темы</i> – раскрыть индивидуальную характеристику руководителя, дать социальную характеристику руководителя, рассмотреть взаимосвязь понятий имидж власть и личное влияние, раскрыть внешний и внутренний имидж руководителя.
6.	Имидж организации <i>Цель и задачи изучения темы</i> – раскрыть понятие имиджа организации и его особенность в современных условиях, что означает внешний и внутренний имидж организации, какова роль имиджа руководителя в создании имиджа организации.
7	Управление деловой репутацией <i>Цель и задачи изучения темы</i> – раскрыть какова основная цель управления деловой репутацией, какова его особенность на различных стадиях жизненного цикла организации, дать характеристику принципам управления деловой репутацией.
8	Нормативно – правовая база управления имиджем <i>Цель и задачи изучения темы</i> – раскрыть какие имеются нормативные и правовые документы, которые дают возможность управлять деловой репутацией организации.
9	Основные методы оценки и учета имиджа <i>Цель и задачи изучения темы</i> – раскрыть необходимость оценки деловой репутации организации, рассмотреть основные методы оценки деловой репутации организации, их преимущества и недостатки.

Таблица 4. Практические занятия (семинарские занятия)

№ п/п	Тема
1.	Имидж как экономическая категория.
2.	Имидж организации.
3.	Разработка и применение стратегий формирования имиджа.
4.	Имидж руководителя.
5.	Структура и типология имиджа.
6.	Методы работы имиджмейкера с клиентом.
7.	Технология имиджирования: позиционное представление презентации.
8.	Разработка и применение стратегий формирования имиджа.
9.	Управление имиджем.

Таблица 5. Лабораторные работы по дисциплине (модулю) – не предусмотрены

Таблица 6. Самостоятельное изучение разделов дисциплины (модуля)

№ п/п	Темы и вопросы, выносимые на самостоятельное изучение
	Тема 1. Корпоративный имидж <ol style="list-style-type: none"> 1. Перечислите компоненты имиджа руководителя. 2. Что является личностным имиджем руководителя? 3. Что является социальным имиджем руководителя? 4. Что является профессиональным имиджем руководителя? 5. Каковы ценностные функции имиджа руководителя; 6. Каковы технологические функции имиджа руководителя; 7. Какими свойствами должен обладать имидж руководителя? 8. В чем заключается собственная мотивация развития Я-концепции руководителя 9. Как создается ситуативная установка принятия имиджа руководителя?

	10. Как создается фиксированная установка принятия имиджа руководителя? 11. Что является объектом и предметом имиджмента руководителя
	Тема 2. Имидж руководителя. 1. Перечислите компоненты имиджа руководителя. 2. Что является личностным имиджем руководителя? 3. Что является социальным имиджем руководителя? 4. Что является профессиональным имиджем руководителя? 5. Каковы ценностные функции имиджа руководителя; 6. Каковы технологические функции имиджа руководителя; 7. Какими свойствами должен обладать имидж руководителя? 8. В чем заключается собственная мотивация развития Я-концепции руководителя 9. Как создается ситуативная установка принятия имиджа руководителя? 10. Как создается фиксированная установка принятия имиджа руководителя? 11. Что является объектом и предметом имиджмента руководителя

5. Оценочные материалы для текущего и рубежного контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Конечными результатами освоения программы дисциплины являются сформированные когнитивные дескрипторы «знать», «уметь», «владеть», расписанные по отдельным компетенциям. Формирование этих дескрипторов происходит в течение всего семестра по этапам в рамках различного вида занятий и самостоятельной работы.

В ходе изучения дисциплины предусматриваются **текущий, рубежный контроль и промежуточная аттестация.**

5.1. Оценочные материалы для текущего контроля.

Цель текущего контроля – оценка результатов работы в семестре и обеспечение своевременной обратной связи, для коррекции обучения, активизации самостоятельной работы обучающегося. Объектом текущего контроля являются конкретизированные результаты обучения (учебные достижения) по дисциплине

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины «Имиджелогия» и включает: ответы на теоретические вопросы на практическом занятии, решение практических задач и выполнение заданий на практическом занятии, самостоятельное выполнение индивидуальных домашних заданий (например, решение задач) с отчетом (защитой) в установленный срок, написание докладов, рефератов, эссе, дискуссии.

Оценка качества подготовки на основании выполненных заданий ведется преподавателем (с обсуждением результатов), баллы начисляются в зависимости от сложности задания

5.1.1. Вопросы по темам дисциплины «Имиджелогия», (контролируемые компетенции ПК-29, ПК-32).

Тема 1. Имидж как экономическая категория

1. Генезис деловой репутации.
2. Сущность и содержание и виды деловой
3. Функции деловой репутации организаций.
4. Принципы и факторы управления деловой репутацией.
5. Особенность «деловой репутации» государственных и муниципальных образова-

ний.

Тема 2. Имидж организации

1. Понятия и основные задачи имиджа и репутации.
2. Соотношение понятий имидж и репутация.
3. Основные типы имиджа.
4. Внутренний и внешний имидж.
5. Зеркальный имидж.

Тема 3. Разработка и применение стратегий формирования имиджа

1. Направления использования формирования имиджа.
2. Стихийность и целенаправленность в формировании имиджа.
3. Характеристика этапов формирования имиджа.
4. Использование методов активного социально-психологического обучения в формировании имиджа.

Тема 4. Имидж(имидж) руководителя

1. Индивидуальные характеристики руководителя.
2. Социальные характеристики руководителя
3. Власть и личное влияние.
4. Внешний и внутренний имидж руководителя.

Тема 5. Структура и типология имиджа.

1. Виды объектов имиджа: личность, организация, группа, товар (торговая марка).
2. Виды имиджа. Профессиональный имидж.
3. Типологии по области применения: бизнес, реклама, шоу-бизнес, политика, управление организацией.
4. Влияния особенностей субъекта на формирование и изменение имиджа.

Тема 6. Методы работы имиджмейкера с клиентом.

1. Программа работы имиджмейкера в консалтинговой сфере.
2. Роль и функции имиджмейкера в работе с личностью.
3. Этапы работы с имиджем клиента.
4. Методы работы имиджмейкера в консалтинговой сфере.

Тема 7. Технология имиджирования: позиционное представление презентации.

1. Стратегии и тактики построения имиджа.
2. Виды имиджирующей информации.
3. Влияние подсознательной информации на возникновение имиджа.
4. Прямая и косвенная информация о человеке.

Тема 8. Разработка и применение стратегий формирования имиджа.

1. Направления использования формирования имиджа.
2. Характеристика этапов формирования имиджа: изучение объекта, оценка аудитории, коррекция характеристик объекта, символизация, позиционирование, презентация имиджа.
3. Выявление имиджевых качеств объекта.
4. Обеспечение постоянства имиджа.

Тема 9. Управление имиджем.

1. Цель управления деловой репутацией.
2. Управление деловой репутацией на различных стадиях жизненного цикла организации.
3. Принципы управления деловой репутацией
4. Нормативно-правовая база управления деловой репутацией.

Критерии формирования оценок (оценивания) устного опроса

Устный опрос является одним из основных способов учёта знаний обучающегося по дисциплине «Инновационный менеджмент в управлении персоналом». Развёрнутый ответ студента должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на заданную тему, показывать его умение применять определения.

В результате устного опроса знания, обучающегося оцениваются по следующей шкале:

3 балла, ставится, если обучающийся:

полно излагает изученный материал, даёт правильное определение экономических понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные;

излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.

2 балла, ставится, если обучающийся даёт ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для балла «1», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1-2 недочёта в последовательности и языковом оформлении излагаемого.

1 балл, ставится, если обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но:

- 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий;
- 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры;
- 3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.

0 баллов, ставится, если обучающийся обнаруживает незнание большей части соответствующего раздела изучаемого материала, допускает ошибки в формулировке.

Баллы «3», «2» могут ставиться не только за единовременный ответ, но и за рассредоточенный во времени, т.е. за сумму ответов, данных студентом на протяжении занятия.

5.1.2. Оценочные материалы для самостоятельной работы обучающегося (типовые задания и ситуации) (контролируемые компетенции ПК-29, ПК-32).

Задание 1.

Пользуясь базовыми моделями корпоративного имиджа и знаниями о корпоративной культуре, создайте проект деятельности собственной фирмы. Результаты изложите в соответствии со следующим планом:

- 1) Название фирмы _____
- 2) Сфера деятельности _____
- 3) Количество сотрудников _____
- 4) Перспективный план формирования корпоративного имиджа
Направления деятельности фирмы по формированию имиджа
Содержание деятельности (мероприятия)
Ресурсы (средства) и исполнители (название всего подразделения или должность конкретного лица)

Задание 2.

Прочитайте фрагмент приведенной ниже статьи Глеба Архангельского «Как внедрить корпоративный тайм-менеджмент». Напишите, какую роль играет «бацилла эффективности» в формировании эффективного корпоративного имиджа и какими способами можно добиться ее распространения в организации.

Корпоративный тайм-менеджмент предлагает взаимодополняющий подход: «От личного времени сотрудников – к самостоятельной оптимизации ими бизнес-процессов». Хотя личное время сотрудника и «продано» работодателю, оно продолжает оставаться единственным невосполнимым ресурсом человека. Увидев потери этого ресурса из-за окружающего

беспорядка, сотрудник сам начинает совершенствовать бизнес-процессы. Причем зачастую такая оптимизация снизу более эффективна, чем традиционная оптимизация сверху.

Этот процесс движения от личного к корпоративному классик научной организации труда Алексей Гастев назвал «бациллой эффективности». Типична следующая логика распространения «тайм-менеджерской бациллы» в компании: освоение тайм-менеджмента первым лицом; обучение сотрудников; внедрение корпоративных ТМ-стандартов. На практике это может выглядеть примерно следующим образом. Генеральный директор знакомится с технологиями тайм-менеджмента (из книг, Интернета, семинара) и решает испытать их на себе.

С помощью хронометража он выявляет личные резервы времени и начинает их оптимизировать. Использовать он может любые инструменты – от бумажного органайзера до планировщика задач в Outlook, с помощью которых он создает удобный обзор личных и делегированных задач, и т. п. Главное здесь, что он начинает рационально подходить к распределению своего рабочего времени. Вдохновившись личными успехами, гендиректор доносит ТМ-технологии до топ-менеджеров компании, которые повторяют ту же последовательность действий: хронометраж, изучение ТМ-технологий, оптимизация рабочего времени. Аналогичным образом «бацилла тайм-менеджмента» распространяется и на менеджеров среднего звена.

Зачастую случается так, что личного примера руководителя недостаточно, нужно систематическое обучение тайм-менеджменту. Кроме привычного привлечения внешних тренеров, для этого можно подготовить внутрикорпоративного тренера. Преимущества такого подхода – относительно низкие финансовые затраты, легче организовать регулярное «возвращение к теме» и обучение новых сотрудников. Но обучение сотрудников силами их руководителей тоже полезно.

Затраты времени менеджеров окупаются тем, что, обучая других, они и сами глубже исследуют тему. Оптимально сочетать участие в обучении руководителей и тренеров. Например, в сибирском банке после двухдневного тренинга собственник на месяц ввел в заседания правления «пятнадцать минут на тайм-менеджмент». Он делился опытом освоения очередного инструмента из учебного органайзера и выслушивал аналогичные отчеты от заместителей».

Задание 3.

Известно, что провозглашаемый корпоративный имидж и тот, который есть в действительности, не всегда совпадают. Опираясь на механизмы формирования корпоративного имиджа, разработайте список рекомендаций фирме, в которой наблюдается такая проблема, как расхождение между декларируемым и реальным корпоративным имиджем.

Задание 4.

Используя критерии оценки менеджера, проанализируйте (не забывая о деликатности) индивидуальный стиль деятельности своего классного руководителя и классных руководителей других классов (всего не менее трех). Напишите выводы о путях повышения эффективности их деятельности.

Задание 5

Проведите опрос среди людей разного возраста (15 - 20 человек) по поводу их представлений об идеальном руководителе. Обобщите полученные результаты и сделайте выводы.

Задание 6

Опираясь на изученную технологию и выявив основные проблемы собственного имиджа, разработайте программу его совершенствования. Запишите ее основные пункты

Критерии формирования оценок по заданиям для самостоятельной работы студента (типовые задачи и задания):

«отлично» (4 балла) - обучающийся показал глубокие знания материала по поставленным вопросам, грамотно, логично его излагает, структурировал и детализировал информацию, избегая простого повторения информации из текста, информация представлена в переработан-

ном виде. Свободно использует необходимые формулы при решении задач;

«хорошо» (3 балла) - обучающийся твердо знает материал, грамотно его излагает, не допускает существенных неточностей в процессе решения задач;

«удовлетворительно» (2 балла) - обучающийся имеет знания основного материала по поставленным вопросам, но не усвоил его деталей, допускает отдельные неточности при решении задач;

«неудовлетворительно» (менее 1 балла) – обучающийся допускает грубые ошибки в ответе на поставленные вопросы и при решении задач.

5.1.3. Оценочные материалы для выполнения рефератов, (контролируемые компетенции ПК-29, ПК-32).

Примерная тематика рефератов по дисциплине «Имиджология»

1. Формирование представлений об имидже в культуре второй половины XX в.
2. Предмет и законы имиджелогии. Имиджелогия в системе ИМК.
3. Основные понятия имиджелогии. Имиджмейкинг, имиджбилдинг.
4. Проблема соотношения имиджмейкинга и PR в разработке и поддержании имиджа: теоретический и прикладной аспекты.
5. Имидж как система и процесс. Формирование имидж-модели. Проблемы практической реализации имидж-модели.
6. Структура имиджа. Структурный подход к формированию имиджа.
7. Типология имиджей.
8. Функции персонального имиджа.
9. Функции имиджа организации.
10. Анализ имиджа конкретного исторического лица (власть, политика, искусство).
11. Генезис деятельности по формированию имиджа. Анализ имиджа социально-исторического типа (фараон, свободный гражданин, монах, рыцарь, буржуа и т.п.).
12. Эстетический аспект имиджа. Специфика эстетического компонента в имиджевом решении.
13. Психологический аспект персонального имиджа. Условия и предпосылки формирования эффективного персонального имиджа.
14. Профессиональные требования к имиджу (для конкретной профессии, см. примеры: бизнес-тренер, социальный работник).
15. Природные предпосылки формирования персонального имиджа.
16. Имидж делового человека. Проблемы формирования и поддержания персонального имиджа в бизнес-среде.
17. Проблема соотношения имиджевых и этикетных требований в бизнес-сфере.
18. Роль корпоративной культуры в формировании имиджа фирмы.
19. Имидж как объект моделирования. Алгоритмы формирования имиджа.
20. Визуальное, вербальное, событийное, контекстное измерения имиджа.
21. Место «Я-концепции» в структуре персонального имиджа. (еще вариант)
22. Инструментарий имиджелогии. Типология средств создания имиджа. Условия и границы их применения и т.п.
23. Проблема соотношения субъекта и контекста в имиджевом решении.
24. Мифологизация как инструмент формирования имиджа (политика, шоу-бизнес, брендинг).
25. Роль стереотипов в создании и восприятии имиджа.
26. Проблема визуализации имиджа.
27. Роль цвета в создании имиджа. (пример: роль цвета в создании имиджа ювелирной компании; компании McDonald's, известные футбольные команды)

28. Роль выразительных форм в создании имиджа.
29. Роль жестов и мимики в построении и восприятии имиджа .
30. Роль репутации в формировании имиджа.
31. Проблема оценки составляющих корпоративного имиджа.
32. Соотношение корпоративной философии и корпоративного имиджа: теоретический и прикладной аспекты.
33. Социальный имидж организации.
34. Бизнес-имидж организации.
35. Образ российского бизнеса: пути становления и проблемы.
36. Роль PR в формировании позитивного корпоративного имиджа.
37. Имидж политика: теоретические проблемы, методы анализа.
38. Соотношение общего и индивидуального в имидже политического лидера.
39. Имидж в публичной политике. Трансляция методов создания имиджа политика из смежных сфер (бизнес, шоу-бизнес и т.п.).
40. Роль аудитории (обратной связи с аудиторией) в формировании (управлении) имиджа.
41. Проблемы создания и восприятия имиджа в шоу-бизнесе. Специфика имиджа в шоу-бизнесе. (см. примеры: Константин Кинчев; группа "Тату").
42. Имидж творческого человека: необходимые элементы, стратегии продвижения.
43. Имидж женщины (-политика, бизнес и т.п.).
44. Имидж и мода. Имидж лидеров моды на разных исторических этапах.
45. Корпоративный имидж: сущность, функции, структура, стратегия формирования.
46. Корпоративный имидж и репутация.
47. Социальный имидж организации: анализ конкретного примера.
48. Имидж города (региона): определение необходимых элементов, закономерности их взаимодействия, соотношение стихийного и рационально-формируемого имиджей.
49. Социокультурные составляющие имиджа современного российского города (архитектура, история, символика, реклама, организация пространства, экология и т.п.).
50. Имидж специализированного издания (медиасобытия).
51. Имидж в науке.
52. Имидж культурно-образовательного учреждения (в рамках программы сотрудничества с музеями области).
53. Имидж общественного (религиозного) движения.
54. Роль имиджа в туристическом бизнесе.
55. Управление имиджем (на примере организации или персоны).
56. Проблемы антикризисного управления имиджем.
57. Проблема продвижения модных образцов средствами PR и имиджмейкинга.
58. Сайт как средство формирования (управления) имиджа.
59. Мониторинг сформированного имиджа. Пути и средства корректировки имиджа.
60. Фирменный стиль как средство создания визуального имиджа организации.
61. Пути и методы оптимизации текущего имиджа.
62. Нейтрализация последствий воздействия «черного» PR средствами имиджбилдинга.
63. Акция как средство управления имиджем. Методы разработки и реализации сценария акции.
64. Имидж и образ: соотношение имиджмейкинга и рекламной деятельности.
65. Этические и коммуникативные проблемы имиджмейкинга.

Методические рекомендации по написанию реферата

Реферат – продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Изложенное понимание реферата как целостного авторского текста определяет критерии его оценки: новизна текста; обоснованность выбора источника; степень раскрытия сущности вопроса; соблюдения требований к оформлению.

Требования к реферату: Общий объём реферата 20 листов (шрифт 14 Times New Roman, 1,5 интервал). Поля: верхнее, нижнее, правое, левое – 20мм. Абзацный отступ – 1,25; Рисунки должны создаваться в циклических редакторах или как рисунок Microsoft Word (сгруппированный). Таблицы выполнять табличными ячейками Microsoft Word. Сканирование рисунков и таблиц не допускается. Выравнивание текста (по ширине страницы) необходимо выполнять только стандартными способами, а не с помощью пробелов. Размер текста в рисунках и таблицах – 12 кегль

Обязательно наличие: содержания (структура работы с указанием разделов и их начальных номеров страниц), введения (актуальность темы, цель, задачи), основных разделов реферата, заключения (в кратком, резюмированном виде основные положения работы), списка литературы с указанием конкретных источников, включая ссылки на Интернет-ресурсы.

В тексте ссылка на источник делается путем указания (в квадратных скобках) порядкового номера цитируемой литературы и через запятую – цитируемых страниц. **Уровень оригинальности текста – 60%**

Критерии оценки реферата:

«отлично» (4 балла) ставится, если выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы. Обучающийся проявил инициативу, творческий подход, способность к выполнению сложных заданий, организационные способности. Отмечается способность к публичной коммуникации. Документация представлена в срок. Полностью оформлена в соответствии с требованиями

«хорошо» (3 балла) – выполнены основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы. Обучающийся достаточно полно, но без инициативы и творческих находок выполнил возложенные на него задачи. Документация представлена достаточно полно и в срок, но с некоторыми недоработками

«удовлетворительно» (2 балла) – имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности, тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод. Обучающийся выполнил большую часть возложенной на него работы. Допущены существенные отступления. Документация сдана со значительным опозданием (более недели). Отсутствуют отдельные фрагменты.

«неудовлетворительно» (менее 2 баллов) – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы. Обучающийся не выполнил свои задачи или выполнил лишь отдельные несущественные поручения. Документация не сдана.

5.2. Оценочные материалы для рубежного контроля. Рубежный контроль осуществляется по более или менее самостоятельным разделам – учебным модулям курса и проводится по окончании изучения материала модуля в заранее установленное время. Рубежный контроль проводится с целью определения качества усвоения материала учебного модуля в целом. В течение семестра проводится **три таких контрольных мероприятия по графику.**

В качестве форм рубежного контроля можно использовать тестирование (письменное или компьютерное), проведение коллоквиума или контрольных работ. Выполняемые работы должны храниться на кафедре течения учебного года и по требованию предоставляться в Управление контроля качества. На рубежные контрольные мероприятия рекомендуется выносить весь программный материал (все разделы) по дисциплине.

5.2.1. Оценочные материалы для коллоквиума, (контролируемые компетенции ПК-29, ПК-32)

Типовые вопросы для коллоквиумов:

1. Генезис деловой репутации.
2. Сущность и содержание и виды деловой
3. Функции деловой репутации организаций.
4. Принципы и факторы управления деловой репутацией.
5. Особенность «деловой репутации» государственных и муниципальных образований.
6. Понятия и основные задачи имиджа и репутации.
7. Соотношение понятий имидж и репутация.
8. Основные типы имиджа.
9. Внутренний и внешний имидж.
10. Зеркальный имидж.
11. Направления использования формирования имиджа.
12. Стихийность и целенаправленность в формировании имиджа.
13. Характеристика этапов формирования имиджа.
14. Использование методов активного социально-психологического обучения в формировании имиджа.
15. Индивидуальные характеристики руководителя.
16. Социальные характеристики руководителя
17. Власть и личное влияние.
18. Внешний и внутренний имидж руководителя.
19. Виды объектов имиджа: личность, организация, группа, товар (торговая марка).
20. Виды имиджа. Профессиональный имидж.
21. Типологии по области применения: бизнес, реклама, шоу-бизнес, политика, управление организацией.
22. Влияния особенностей субъекта на формирование и изменение имиджа.
23. Программа работы имиджмейкера в консалтинговой сфере.
24. Роль и функции имиджмейкера в работе с личностью.
25. Этапы работы с имиджем клиента.
26. Методы работы имиджмейкера в консалтинговой сфере.
27. Стратегии и тактики построения имиджа.
28. Виды имиджирующей информации.
29. Влияние подсознательной информации на возникновение имиджа.
30. Прямая и косвенная информация о человеке.
31. Направления использования формирования имиджа.
32. Характеристика этапов формирования имиджа: изучение объекта, оценка аудитории, коррекция характеристик объекта, символизация, позиционирование, презентация имиджа.
33. Выявление имиджевых качеств объекта.
34. Обеспечение постоянства имиджа.
35. Цель управления деловой репутацией.
36. Управление деловой репутацией на различных стадиях жизненного цикла организации.
37. Принципы управления деловой репутацией.
38. Нормативно-правовая база управления деловой репутацией.

Критерии формирования оценок по контрольным точкам (контрольные работы; коллоквиум)

«отлично» (6 баллов) - ставится за работу, выполненную полностью без ошибок и недочетов; обучающийся демонстрирует знание теоретического и практического материала по теме практической работы, решено 100% задач;

«хорошо» (5 баллов) – ставится за работу, выполненную полностью, но при наличии в ней не более одной негрубой ошибки и одного недочета, не более трех недочетов. Обучающийся демонстрирует знание теоретического и практического материала по теме практической работы, допуская незначительные неточности при решении задач, решено 70% задач;

«удовлетворительно» (4 балла) – ставится за работу, если бакалавр правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой. Обучающийся затрудняется с правильной оценкой предложенной задачи, дает неполный ответ, решено 55% задач

«неудовлетворительный (ниже порогового) уровень компетенции» (менее 3 баллов) – ставится за работу, если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы. Обучающийся дает неверную оценку ситуации, решено менее 50 % задач.

5.2.2. Оценочные материалы: Типовые тестовые задания по дисциплине «Кадровое политика и кадровое планирование», (контролируемые компетенции ПК-2, ПК-3 и ПК-7). Полный перечень тестовых заданий представлен в ЭОИС.

Тест – система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений студента.

Типовые тестовые задания по дисциплине «Имиджелогия»

1. Имидж в переводе с английского языка означает:
 - а) впечатление б) образ в) оценка
2. Термины «имидж», «репутация», «идентичность», «организационная культура» являются:
 - а) синонимами
 - б) четко взаимосвязанными понятиями
 - в) не являются взаимосвязанными между собой и изучаются различными науками
3. К внутренним факторам, зависимым от носителя имиджа относятся:
 - а) общие физические данные, мимика, среда обитания б) коммуникабельность, уровень нравственности в) А и Б
4. Формирование делового имиджа следует начинать с ...
 - а) создания имидж-портрета
 - б) выбора стратегии
 - в) формулирования имиджевых целей
5. Чему должна соответствовать рабочая одежда?
 - а) внутренней корпоративной культуре определенной организации (компании)
 - б) интересам, нормам и вкусам клиентов организации
 - в) времени года
6. Для предпринимателей, менеджеров, взаимодействующих с различными группами ответственности, при создании делового имиджа целесообразно использовать стратегию ...
 - а) формирования целевого имиджа
 - б) формирования универсального имиджа
 - в) «креативный взрыв»
7. Деловая одежда в первую очередь должна быть ...
 - а) строгой и элегантной
 - б) дорогой и модной
 - в) яркой и стильной
8. В одном наряде рекомендуется сочетать не более ... цветов:
 - а) трёх б) четырёх в) двух
9. Вербальным элементом имиджа является ...
 - а) речь б) одежда в) почерк
10. Дресс-код – это ...

а) форма одежды, требуемая во время посещений определенных мероприятий, заведений и организаций б) иностранная забава в) правила поведения людей в обществе, поддерживающие представления данного общества о подобающем.

Критерии формирования оценок по тестовым заданиям:

«отлично» (4 балла) – получают обучающиеся с правильным количеством ответов на тестовые вопросы. Выполнено 100 % предложенных тестовых вопросов;

«хорошо» (3 балла) – получают обучающиеся с правильным количеством ответов на тестовые вопросы – 80 –99 % от общего объема заданных тестовых вопросов;

«удовлетворительно» (2 балла) – получают обучающиеся с правильным количеством ответов на тестовые вопросы – 60 –79% от общего объема заданных тестовых вопросов;

«неудовлетворительно» (1 балл) – получают обучающиеся правильным количеством ответов на тестовые вопросы – менее 40-59 % от общего объема заданных тестовых вопросов.

5.3 Оценочные материалы для промежуточной аттестации.

Целью промежуточных аттестаций по дисциплине является оценка качества освоения дисциплины обучающимися. Промежуточная аттестация предназначена для объективного подтверждения и оценивания достигнутых результатов обучения после завершения изучения дисциплины. Осуществляется в конце семестра и представляет собой итоговую оценку знаний по дисциплине в виде проведения экзамена.

Промежуточная аттестация может проводиться в устной, письменной форме, и в форме тестирования. На промежуточную аттестацию отводится до 30 баллов.

**Примерный перечень экзаменационных вопросов по дисциплине
«Имиджология», (контролируемые компетенции ПК-29, ПК-32).**

1. Определение понятия имиджологии, 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. Обаяние - "личностное сияние".
7. Принципы имиджологии.
8. Приоритетные функции имиджа (ценностные, технологические).
9. Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа.
10. Роль механизмов социально-психологического влияния в процессе формирования имиджа.
11. Этические проблемы деятельности имиджмейкера по формированию имиджа клиента.
12. Формирование имиджа как субъект - субъектное взаимодействие.
13. Формирование имиджа как создание социальной реальности в сознании людей.
14. Общественное мнение общественное сознание.
15. Когнитивные процессы в основе формирования имиджа.
16. Социальные стереотипы и установки.
17. Семиотические процессы формирования имиджа.
18. Психологический механизм принятия информации (феномен когнитивного равновесия).
19. Формирование имиджа в среде массовой коммуникации.
20. Роль средств массовой информации в формировании социальной реальности.
21. Методы преподавания имиджологии как учебного предмета.
22. Педагогический процесс. Закономерности, принципы и способы оптимизации учебного процесса. Выбор методов обучения.

23. Классификация методов обучения и критерии их оптимального выбора.
24. Сравнительный анализ эффективности различных методов обучения.
25. Технология имиджирования: позиционное представление презентации.
26. Стратегии и тактики построения имиджа. Виды имиджирующей информации.
27. Направления использования формирования имиджа (оказание индивидуальных услуг, VIP, участие в рекламной деятельности, работа в системе связей с общественностью, политическое консультирование).
28. Стихийность и целенаправленность в формировании имиджа.
29. Характеристика этапов формирования имиджа: изучение объекта, оценка аудитории, коррекция характеристик объекта, символизация, позиционирование, презентация имиджа.
30. Выявление имиджевых качеств объекта.
31. Обеспечение постоянства имиджа.
32. Использование методов активного социально-психологического обучения в формировании имиджа.
33. Понятия индивида и индивидуальности.
34. Внешняя и внутренняя мотивация по созданию имиджа.
35. Оригинальный и наведенный виды имиджа.
36. Я-концепция и Я-образ. Взаимоотношения имиджа Я-реального, Я-идеального у других.
37. Типологии личности как основа для оценки имиджевой предрасположенности потребителей.
38. Тело, лицо, поведение человека как объект его имиджа.
39. Закономерности зрительно восприятия лица фигуры человека. Характеристика стилей одежды.
40. Развитие способностей по диагностике и экспрессии эмоционального состояния.
41. Самопрезентация. Факторы восприятия личности в общественном сознании. Использование психодиагностики для создания психологического портрета личности.
42. Компоненты имиджа руководителя: личностный, социальный, профессиональный.
43. Свойства имиджа руководителя - адекватность, ответственность, устойчивость, целостность, презентабельность.
44. Создание установки принятия имиджа руководителя: ситуативной, фиксированной.
45. Понятие корпоративного имиджа.
46. Роль имиджа учреждения (организации, формы) в условиях современного рынка услуг.
47. Характеристика фирмы, организации с учетом ее функциональных связей и решаемых задач.
48. Внешний и внутренний имидж. Связь внутреннего имиджа с корпоративной культурой.
49. Имидж руководителя в структуре имиджа учреждения.
50. Роль внешних атрибутов образовательного учреждения: эмблема, девиз.
51. Критерии и показатели эффективности формирования имиджа.
52. Алгоритм совершенствования имиджа.
53. Основные мероприятия по совершенствованию имиджа.
54. Подходы в маркетинге и менеджменте к созданию имиджа товара. Психологическое исследование потребительской аудитории.
55. Анализ потребностей человека и мотивов потребителей.

Критерии формирования оценок по промежуточной аттестации:

«отлично» (30 баллов) – получают обучающиеся, которые свободно ориентируются в материале и отвечают без затруднений. Обучающийся способен к выполнению сложных заданий, постановке целей и выборе путей их реализации. Работа выполнена полностью без ошибок, решено 100% задач;

«хорошо» (20 баллов) – получают обучающиеся, которые относительно полно ориентируются в материале, отвечают без затруднений, допускают незначительное количество ошибок. Обучающийся способен к выполнению сложных заданий. Работа выполнена полностью, но имеются не более одной негрубой ошибки и одного недочета, не более трех недочетов. Допускаются незначительные неточности при решении задач, решено 70% задач;

«удовлетворительно» (10 баллов) – получают обучающиеся, у которых недостаточно высок уровень владения материалом. В процессе ответа на экзамене допускаются ошибки и затруднения при изложении материала. Обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой. Обучающийся затрудняется с правильной оценкой предложенной задачи, дает неполный ответ, решено 55% задач;

«неудовлетворительно» (менее 10 баллов) – получают обучающиеся, которые допускают значительные ошибки. Обучающийся имеет лишь начальную степень ориентации в материале. В работе число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы. Обучающийся дает неверную оценку ситуации, решено менее 50% задач.

6. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Максимальная сумма (100 баллов), набираемая студентом по дисциплине включает две составляющие:

- *первая составляющая* – оценка регулярности, своевременности и качества выполнения студентом учебной работы по изучению дисциплины в течение периода изучения дисциплины (семестра, или нескольких семестров) (сумма – не более 70 баллов). Баллы, характеризующие успеваемость студента по дисциплине, набираются им в течение всего периода обучения за изучение отдельных тем и выполнение отдельных видов работ.
- *вторая составляющая* – оценка знаний студента по результатам промежуточной аттестации (не более 30 –баллов).

Критерием оценки уровня сформированности компетенций в рамках учебной дисциплины «Имиджология» в VIII семестре является экзамен.

Общий балл текущего и рубежного контроля складывается из следующих составляющих приложение 2.

Целью промежуточных аттестаций по дисциплине является оценка качества освоения дисциплины обучающимися.

Критерии оценки качества освоения дисциплины (Приложение)

Оценка «отлично» – от 91 до 100 баллов – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы. Все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному. На экзамене студент демонстрирует глубокие знания предусмотренного программой материала, умеет четко, лаконично и логически последовательно отвечать на поставленные вопросы.

Оценка «хорошо» — от 81 до 90 баллов – теоретическое содержание курса освоено, необходимые практические навыки работы сформированы, выполненные учебные задания содержат незначительные ошибки. На экзамене студент демонстрирует твердые знания ос-

нового (программного) материала, умеет четко, грамотно, без существенных неточностей отвечать на поставленные вопросы.

Оценка «удовлетворительно» – от 61 до 80 баллов – теоретическое содержание курса освоено не полностью, необходимые практические навыки работы сформированы частично, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки. На экзамене студент демонстрирует знание только основного материала, ответы содержат неточности, слабо аргументированы, нарушена последовательность изложения материала

Оценка «неудовлетворительно» – от 36 до 60 баллов – теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к существенному повышению качества выполнения учебных заданий. На зачете студент демонстрирует незнание значительной части программного материала, существенные ошибки в ответах на вопросы, неумение ориентироваться в материале, незнание основных понятий дисциплины.

Типовые задания, обеспечивающие формирование компетенций ПК-29 и ПК-32 представлены в таблице 7.

Таблица 7. Результаты освоения учебной дисциплины, подлежащие проверке

Результаты обучения (компетенции)	Основные показатели оценки результатов обучения	Вид оценочного материала
ПК-29 - владение навыками анализа и диагностики состояния социальной сферы организации, способностью целенаправленно и эффективно реализовывать современные технологии социальной работы с персоналом, участвовать в составлении и реализации планов (программ) социального развития с учетом фактического состояния социальной сферы, экономического состояния и общих целей развития организации	Знать: алгоритм составления и реализации планов (программ) социального развития с учетом фактического состояния социальной сферы, экономического состояния и общих целей развития организации;	Типовые оценочные материалы для устного опроса (раздел 5.1.1 - № 1,2,3,4,5 и т.д); типовые тестовые задания (раздел 5.2.2. - № 1-7); примерные темы рефератов (раздел 5.1.3 -№ 1-9,18,20, 30-37 и т. д.);
	Уметь: целенаправленно и эффективно реализовывать современные технологии социальной работы с персоналом;	Типовые оценочные материалы для самостоятельной работы (ситуации, задания) (раздел 5.1.2 - ситуация 1,3,4); типовые вопросы на коллоквиум (раздел 5.2.1. - №1-7,13-20, 32, 34 и т.д.); типовые оценочные материалы к экзамену (раздел 5.3. - № 1-15, 23-30, 36-40, 48,50-55 и т.д.)

	Владеть: навыками анализа и диагностики состояния социальной сферы организации.	Типовые оценочные материалы для самостоятельной работы (ситуации, задания) (раздел 5.1.2 - ситуация 1,3,4); типовые вопросы на коллоквиум (раздел 5.2.1. - №1-7,13-20, 32, 34 и т.д.); типовые оценочные материалы к экзамену (раздел 5.3. - № 1-15, 23-30, 36-40, 48,50-55 и т.д.)
ПК-32 - владение навыками диагностики организационной культуры и умением применять их на практике, умением обеспечивать соблюдение этических норм взаимоотношений в организации.	Знать: основы самоуправления и самостоятельного обучения и готовностью транслировать их своим коллегам	Типовые оценочные материалы для устного опроса (раздел 5.1.1 - № 6,7,8,9 и т.д.); типовые тестовые задания (раздел 5.2.2. - № 8,9,10 и т.д.); примерные темы рефератов (раздел 5.1.3 -№ 10-17, 24-28, 42-47 и т. Д.);
	Уметь: обеспечивать предупреждение и профилактику личной профессиональной деформации и профессионального выгорания	Типовые оценочные материалы для самостоятельной работы (ситуации, задания) (раздел 5.1.2 - ситуация 2,5,6); типовые вопросы на коллоквиум (раздел 5.2.1. - №8-12,21-28,35-38 и т.д.); типовые оценочные материалы к экзамену (раздел 5.3. - № 16-22,31-35,42,47 и т.д.)
	Владеть: способностью и навыками самоуправления и самостоятельного обучения и транслировать их своим коллегам;	Типовые оценочные материалы для самостоятельной работы (ситуации, задания) (раздел 5.1.2 - ситуация 2,5,6); типовые вопросы на коллоквиум (раздел 5.2.1. - №8-12,21-28,35-38 и т.д.); типовые оценочные материалы к экзамену (раздел 5.3. - № 16-22,31-35,42,47 и т.д.)

Таким образом, выполнение типовых заданий, представленных в разделе 5 «Оценочные материалы для текущего и рубежного контроля успеваемости и промежуточной аттестации» позволит обеспечить:

- владение навыками анализа и диагностики состояния социальной сферы организации, способностью целенаправленно и эффективно реализовывать современные технологии социальной работы с персоналом, участвовать в составлении и реализации планов (программ) социального развития с учетом фактического состояния социальной сферы, экономического состояния и общих целей развития организации (ПК-29);
- владение навыками диагностики организационной культуры и умением применять их на практике, умением обеспечивать соблюдение этических норм взаимоотношений в организации (ПК-32).

7. Учебно-методическое обеспечение дисциплины(модуля)

7.1. Основная литература

1. Горчакова В.Г. Имиджология. Теория и практика [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов / В.Г. Горчакова. — Электрон.текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 335 с. — 978-5-238-02095-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52471.html>
2. Калинин О.И. Оценка и управление деловой репутацией компании [Электронный ресурс] : монография / О.И. Калинин. — Электрон.текстовые данные. — М. : Издательский Дом МИСиС, 2014. — 241 с. — 978-5-87623-812-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/56224.htm>
3. Козлова Н.П. Особенности формирования деловой репутации современной компании [Электронный ресурс] : монография / Н.П. Козлова. — Электрон.текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2014. — 376 с. — 978-5-394-02437-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60251.html>

7.2. Дополнительная литература

1. Ушакова Н.В. Имиджология (3-е издание) [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров / Н.В. Ушакова, А.Ф. Стрижова. — Электрон.текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 264 с. — 978-5-394-01942-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57073.html>
2. Сальникова Л.С. Понравиться всем: репутация в российском бизнесе http://www.elitarium.ru/2011/02/24/kak_ponravitsja_reputacija.html.
3. Важенина, И.С. Имидж и репутация компании [Текст] /И.С.Важенина// Электронное издание Advertology. Наука о рекламе. - 2006. - №8: <http://www.advertology.ru/article33727.htm>
4. Мандрова, Н. А. Методы оценки деловой репутации [Текст]: /Н.А.Мандрова // М.: Журнал Эксперт -2009.-№3.Электронная версия с сайта PRIMUM-MOBILE http://www.primum-mobile.ru/library_item/18/
5. Беленко, В. Е. Имиджология. Стратегии и тактики имиджевой коммуникации : учебное пособие / В. Е. Беленко, М. П. Беленко. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2010. — 140 с. — ISBN 978-5-7782-1393-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/44920.html>

7.3 Периодические издания(в свободном доступе)

1. Вопросы экономики (<http://www.vopreco.ru>).
2. Коммерсант (<http://www.kommersant.ru>).
3. Менеджмент в России и за рубежом (<http://www.mevriz.ru/>)
4. Мир новой экономики (<http://www.worldneweconomy.ru>).
6. Репутациология (<http://wiki-linki.ru/Page/1558053>)
7. Российский экономический журнал (РЭЖ) (<http://www.rej.guu.ru>).

8. Экономика и предпринимательство (<http://www.intereconom.com/>)

9. Эксперт (<http://www.expert.ru>).

7.4. Интернет-ресурсы

При изучении дисциплины «Финансовый менеджмент в государственном секторе» обучающиеся обеспечены доступом (удаленный доступ) к ресурсам:

Профессиональные базы данных:

1. Национальная информационно-аналитическая система База данных Science Index (РИНЦ). URL: <http://elibrary.ru>
2. Национальная электронная библиотека РГБ (имеется режим для людей с нарушением зрения (для слепых и слабовидящих). URL: <https://нэб.рф>
3. ЭБД РГБ (библиотека диссертаций) (КК, ОДА, ИЗ, ИС*). URL: <http://www.diss.rsl.ru>
4. ЭБС «АйПиЭрбукс» (имеется режим для людей с нарушением зрения (для слабовидящих). URL: <http://iprbookshop.ru/>

Информационные справочные системы:

1. Справочная правовая система «КонсультантПлюс». URL: <http://www.consultant.ru>
2. Справочная правовая система «Гарант» (в свободном доступе). URL: <http://www.garant.ru>;
3. Справочная правовая система «Референт» (в свободном доступе). URL: <https://www.referent.ru/>
4. Информационно-справочная система «Аюдар Инфо» (в свободном доступе). URL: <https://www.audar-info.ru/>

– *Кроме того обучающиеся могут воспользоваться профессиональными поисковыми системами:*

1. Полнотекстовая база данных ScienceDirect: URL: <http://www.sciencedirect.com>.
2. Реферативная база данных зарубежных изданий по экономике EconLit: URL: <http://www.ebscohost.com>
3. Для эффективного усвоения дисциплины, помимо учебного материала, студентам необходимо пользоваться данными всемирной сети Интернет, такими сайтами, как:
4. Economics online <http://www.econline.h1.ru> - целью данного проекта является создание коллекции ссылок на ресурсы WWW, предоставляющие экономическую и финансовую информацию бесплатно в режиме онлайн. На сайте вы найдете каталог ссылок на лучшие экономические ресурсы, новости, информацию по экономической теории, финансам, статистике, архивы научных работ по экономике и т. д.
5. Eonomicus.Ru <http://economicus.ru> - экономический портал, главной целью которого является предоставление качественной информации по самому широкому спектру экономических дисциплин. Работы и биографии известных экономистов, профессиональный каталог экономических ресурсов Интернет, экономическая конференция, учебно-методические материалы для преподающих и изучающих экономику, подборка словарей, энциклопедий, справочников по самым разнообразным областям экономики, наиболее полное собрание лекций по экономической теории.
6. Электронная библиотека по бизнесу и финансам <http://www.finbook.biz/> - сайт предоставляет бесплатный доступ к электронным книгам по бизнесу, финансам, экономике.
7. Служба тематических толковых словарей <http://glossary.ru/>

7.5. Методические указания по проведению различных учебных занятий, к курсовому проектированию и другим видам самостоятельной работы.

Учебная работа по дисциплине «Имиджелогия» состоит из контактной работы (лекции, практические занятия) и самостоятельной работы в соответствии с учебным планом Направления 38.03.03 – «Управление персоналом».

Для подготовки к практическим занятиям необходимо рассмотреть контрольные вопросы, при необходимости обратиться к рекомендуемой литературе, записать непонятные моменты в вопросах для уяснения их на предстоящем занятии.

Методические рекомендации по изучению дисциплины «Имиджелогия» для обучающихся

Цель курса «Имиджелогия» вооружить обучаемых знаниями теоретических основ, основных механизмов и методов формирования имиджа, технологиями самопрезентации, а также навыками и умениями их эффективного использования в процессе профессиональной деятельности выпускников, что продиктовано необходимостью для профессиональной практической деятельности бакалавров по направлению подготовки 38.03.03– «Управление персоналом».

Приступая к изучению дисциплины, обучающемуся необходимо ознакомиться с тематическим планом занятий, списком рекомендованной учебной литературы. Следует уяснить последовательность выполнения индивидуальных учебных заданий, занести в свою рабочую тетрадь темы и сроки проведения семинаров, написания учебных и творческих работ. При изучении дисциплины обучающиеся выполняют следующие задания: изучают рекомендованную учебную и научную литературу; пишут контрольные работы, готовят доклады и сообщения к практическим занятиям; выполняют самостоятельные творческие работы, участвуют в выполнении практических заданий. Уровень и глубина усвоения дисциплины зависят от активной и систематической работы на лекциях, изучения рекомендованной литературы, выполнения контрольных письменных заданий

Курс изучается на лекциях, семинарах, при самостоятельной и индивидуальной работе обучающихся. Обучающийся для полного освоения материала должен не пропускать занятия и активно участвовать в учебном процессе. Лекции включают все темы и основные вопросы теории и практики страхования. Для максимальной эффективности изучения необходимо постоянно вести конспект лекций, знать рекомендуемую преподавателем литературу, позволяющую дополнить знания и лучше подготовиться к семинарским занятиям.

В соответствии с учебным планом на каждую тему выделено необходимое количество часов практических занятий, которые проводятся в соответствии с вопросами, рекомендованными к изучению по определенным темам. Обучающиеся должны регулярно готовиться к семинарским занятиям и участвовать в обсуждении вопросов. При подготовке к занятиям следует руководствоваться конспектом лекций и рекомендованной литературой. Тематический план дисциплины, учебно-методические материалы, а также список рекомендованной литературы приведены в рабочей программе

В ходе изучения дисциплины обучающийся имеет возможность подготовить реферат по выбранной из предложенного в Рабочей программе списка теме. Выступление с докладом по реферату в группе проводится в форме презентации с использованием мультимедийной техники.

Методические рекомендации при работе над конспектом во время проведения лекции

В процессе лекционных занятий целесообразно конспектировать учебный материал. Для этого используются общие и утвердившиеся в практике правила, и приемы конспектирования лекций:

Конспектирование лекций ведется в специально отведенной для этого тетради, каждый лист которой должен иметь поля, на которых делаются пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Целесообразно записывать тему и план лекций, рекомендуемую литературу к теме. Записи разделов лекции должны иметь заголовки, подзаголовки, красные строки. Для выде-

ления разделов, выводов, определений, основных идей можно использовать цветные карандаши и фломастеры.

Названные в лекции ссылки на первоисточники надо пометить на полях, чтобы при самостоятельной работе найти и вписать их. В конспекте дословно записываются определения понятий, категорий и законов. Остальное должно быть записано своими словами.

Каждому студенту необходимо выработать и использовать допустимые сокращения наиболее распространенных терминов и понятий.

Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям

Практические (семинарские) занятия – составная часть учебного процесса, групповая форма занятий при активном участии студентов. Практические занятия способствуют углубленному изучению наиболее сложных проблем науки и служат основной формой подведения итогов самостоятельной работы обучающихся. Целью практических занятий является углубление и закрепление теоретических знаний, полученных обучающимися на лекциях и в процессе самостоятельного изучения учебного материала, а, следовательно, формирование у них определенных умений и навыков.

В ходе подготовки к семинарскому занятию необходимо прочитать конспект лекции, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, выполнить выданные преподавателем практические задания. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы.

Желательно при подготовке к практическим занятиям по дисциплине одновременно использовать несколько источников, раскрывающих заданные вопросы.

На практических занятиях обучающиеся учатся грамотно излагать проблемы, свободно высказывать свои мысли и суждения, рассматривают ситуации, способствующие развитию профессиональной компетентности. Следует иметь в виду, что подготовка к практическому занятию зависит от формы, места проведения семинара, конкретных заданий и поручений. Это может быть написание доклада, реферата (с последующим их обсуждением), коллоквиум.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа (по В.И. Далу «самостоятельный – человек, имеющий свои твердые убеждения») осуществляется при всех формах обучения: очной и заочной.

Самостоятельная работа обучающихся - способ активного, целенаправленного приобретения студентом новых для него знаний и умений без непосредственного участия в этом процесса преподавателей. Повышение роли самостоятельной работы обучающихся при проведении различных видов учебных занятий предполагает:

- оптимизацию методов обучения, внедрение в учебный процесс новых технологий обучения, повышающих производительность труда преподавателя, активное использование информационных технологий, позволяющих обучающемуся в удобное для него время осваивать учебный материал;
- широкое внедрение компьютеризированного тестирования;
- совершенствование методики проведения практик и научно-исследовательской работы обучающихся, поскольку именно эти виды учебной работы в первую очередь готовят обучающихся к самостоятельному выполнению профессиональных задач;
- модернизацию системы курсового и дипломного проектирования, которая должна повышать роль студента в подборе материала, поиске путей решения задач.

Самостоятельная работа приводит студента к получению нового знания, упорядочению и углублению имеющихся знаний, формированию у него профессиональных навыков и умений. Самостоятельная работа выполняет ряд функций:

- развивающую;
- информационно-обучающую;
- ориентирующую и стимулирующую;

- воспитывающую;
- исследовательскую.

В рамках курса выполняются следующие виды самостоятельной работы:

1. Проработка учебного материала (по конспектам, учебной и научной литературе);
2. Выполнение разноуровневых задач и заданий;
3. Работа с тестами и вопросами для самопроверки;
4. Выполнение итоговой контрольной работы.

Студентам рекомендуется с самого начала освоения курса работать с литературой и предлагаемыми заданиями в форме подготовки к очередному аудиторному занятию. При этом актуализируются имеющиеся знания, а также создается база для усвоения нового материала, возникают вопросы, ответы на которые студент получает в аудитории.

Необходимо отметить, что некоторые задания для самостоятельной работы по курсу имеют определенную специфику. При освоении курса студент может пользоваться библиотекой вуза, которая в полной мере обеспечена соответствующей литературой. Значительную помощь в подготовке к очередному занятию может оказать имеющийся в учебно-методическом комплексе краткий конспект лекций. Он же может использоваться и для закрепления полученного в аудитории материала. Самостоятельная работа студентов предусмотрена учебным планом и выполняется в обязательном порядке. Задания предложены по каждой изучаемой теме и могут готовиться индивидуально или в группе. По необходимости студент может обращаться за консультацией к преподавателю. Выполнение заданий контролируется и оценивается преподавателем.

Для успешного самостоятельного изучения материала сегодня используются различные средства обучения, среди которых особое место занимают информационные технологии разного уровня и направленности: электронные учебники и курсы лекций, базы тестовых заданий и задач. Электронный учебник представляет собой программное средство, позволяющее представить для изучения теоретический материал, организовать апробирование, тренаж и самостоятельную творческую работу, помогающее студентам и преподавателю оценить уровень знаний в определенной тематике, а также содержащее необходимую справочную информацию. Электронный учебник может интегрировать в себе возможности различных педагогических программных средств: обучающих программ, справочников, учебных баз данных, тренажеров, контролирующих программ.

Для успешной организации самостоятельной работы все активнее применяются разнообразные образовательные ресурсы в сети Интернет: системы тестирования по различным областям, виртуальные лекции, лаборатории, при этом пользователю достаточно иметь компьютер и подключение к Интернету для того, чтобы связаться с преподавателем, решать вычислительные задачи и получать знания. Использование сетей усиливает роль самостоятельной работы студента и позволяет кардинальным образом изменить методику преподавания.

Студент может получать все задания и методические указания через сервер, что дает ему возможность привести в соответствие личные возможности с необходимыми для выполнения работ трудозатратами. Студент имеет возможность выполнять работу дома или в аудитории. Большое воспитательное и образовательное значение в самостоятельном учебном труде студента имеет самоконтроль. Самоконтроль возбуждает и поддерживает внимание и интерес, повышает активность памяти и мышления, позволяет студенту своевременно обнаружить и устранить допущенные ошибки и недостатки, объективно определить уровень своих знаний, практических умений. Самое доступное и простое средство самоконтроля с применением информационно-коммуникационных технологий - это ряд тестов «on-line», которые позволяют в режиме реального времени определить свой уровень владения предметным материалом, выявить свои ошибки и получить рекомендации по самосовершенствованию.

Методические рекомендации по работе с литературой

Всю литературу можно разделить на учебники и учебные пособия, оригинальные научные монографические источники, научные публикации в периодической печати. Из них

можно выделить литературу основную (рекомендуемую), дополнительную и литературу для углубленного изучения дисциплины.

Изучение дисциплины следует начинать с учебника, поскольку учебник – это книга, в которой изложены основы научных знаний по определенному предмету в соответствии с целями и задачами обучения, установленными программой.

При работе с литературой необходимо учитывать, что имеются различные виды чтения, и каждый из них используется на определенных этапах освоения материала.

Предварительное чтение направлено на выявление в тексте незнакомых терминов и поиск их значения в справочной литературе. В частности, при чтении указанной литературы необходимо подробнейшим образом анализировать понятия.

Сквозное чтение предполагает прочтение материала от начала до конца. Сквозное чтение литературы из приведенного списка дает возможность студенту сформировать свод основных понятий из изучаемой области и свободно владеть ими.

Выборочное – наоборот, имеет целью поиск и отбор материала. В рамках данного курса выборочное чтение, как способ освоения содержания курса, должно использоваться при подготовке к практическим занятиям по соответствующим разделам.

Аналитическое чтение – это критический разбор текста с последующим его конспектированием. Освоение указанных понятий будет наиболее эффективным в том случае, если при чтении текстов студент будет задавать к этим текстам вопросы. Часть из этих вопросов сформулирована в ФОС в перечне вопросов для собеседования. Перечень этих вопросов ограничен, поэтому важно не только содержание вопросов, но сам принцип освоения литературы с помощью вопросов к текстам.

Целью *изучающего* чтения является глубокое и всестороннее понимание учебной информации. Есть несколько приемов изучающего чтения:

1. Чтение по алгоритму предполагает разбиение информации на блоки: название; автор; источник; основная идея текста; фактический материал; анализ текста путем сопоставления имеющихся точек зрения по рассматриваемым вопросам; новизна.

2. Прием постановки вопросов к тексту имеет следующий алгоритм:

- медленно прочитать текст, стараясь понять смысл изложенного;
- выделить ключевые слова в тексте;
- постараться понять основные идеи, подтекст и общий замысел автора.

3. Прием тезирования заключается в формулировании тезисов в виде положений, утверждений, выводов.

К этому можно добавить и иные приемы: прием реферирования, прием комментирования.

Важной составляющей любого солидного научного издания является список литературы, на которую ссылается автор. При возникновении интереса к какой-то обсуждаемой в тексте проблеме всегда есть возможность обратиться к списку относящейся к ней литературы. В этом случае вся проблема как бы разбивается на составляющие части, каждая из которых может изучаться отдельно от других. При этом важно не терять из вида общий контекст и не погружаться чрезмерно в детали, потому что таким образом можно не увидеть главного.

Подготовка к экзамену должна проводиться на основе лекционного материала, материала практических занятий с обязательным обращением к основным учебникам по курсу. Это позволит исключить ошибки в понимании материала, облегчит его осмысление, прокомментирует материал многочисленными примерами.

Методические рекомендации для подготовки к экзамену

Экзамен в VIII-м семестре является формой итогового контроля знаний и умений обучающихся по данной дисциплине, полученных на лекциях, практических занятиях и в процессе самостоятельной работы. Основой для определения оценки служит уровень усвоения обучающимися материала, предусмотренного данной рабочей программой. К экзамену до-

пускаются студенты, набравшие 36 и более баллов по итогам текущего и промежуточного контроля. На экзамене студент может набрать от 15 до 30 баллов.

В период подготовки к экзамену обучающиеся вновь обращаются к учебно-методическому материалу и закрепляют промежуточные знания.

Подготовка обучающегося к экзамену включает три этапа:

- самостоятельная работа в течение семестра;
- непосредственная подготовка в дни, предшествующие зачету по темам курса;
- подготовка к ответу на зачетные вопросы.

При подготовке к экзамену обучающимся целесообразно использовать материалы лекций, учебно-методические комплексы, нормативные документы, основную и дополнительную литературу.

На экзамен выносятся материал в объеме, предусмотренном рабочей программой учебной дисциплины за семестр. Экзамен проводится в письменной / устной форме.

При проведении экзамена в письменной (устной) форме, ведущий преподаватель составляет экзаменационные билеты, которые включают в себя: тестовые задания; теоретические задания и ситуации. Формулировка теоретических задания совпадает с формулировкой перечня экзаменационных вопросов, доведенных до сведения обучающихся накануне экзамена.

Результат устного (письменного) экзамена выражается оценками:

Оценка «отлично» – от 91 до 100 баллов - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы. Все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному. На экзамене студент демонстрирует глубокие знания предусмотренного программой материала, умеет четко, лаконично и логически последовательно отвечать на поставленные вопросы.

Оценка «хорошо» - от 81 до 90 баллов – теоретическое содержание курса освоено, необходимые практические навыки работы сформированы, выполненные учебные задания содержат незначительные ошибки. На экзамене студент демонстрирует твердые знания основного (программного) материала, умеет четко, грамотно, без существенных неточностей отвечать на поставленные вопросы.

Оценка «удовлетворительно» - от 61 до 80 баллов – теоретическое содержание курса освоено не полностью, необходимые практические навыки работы сформированы частично, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки. На экзамене студент демонстрирует знание только основного материала, ответы содержат неточности, слабо аргументированы, нарушена последовательность изложения материала

Оценка «неудовлетворительно» - от 36 до 60 баллов – теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к существенному повышению качества выполнения учебных заданий. На экзамене студент демонстрирует незнание значительной части программного материала, существенные ошибки в ответах на вопросы, неумение ориентироваться в материале, незнание основных понятий дисциплины

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

8.1. Требования к материально-техническому обеспечению

Перечень материально-технического обеспечения дисциплины включает в себя специальные помещения для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, компьютерные классы для проведения лабораторных занятий, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа имеются демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия. По дисциплине «Справочно-информационные системы в экономике» имеются презентации по отдельным темам курса, позволяющие наиболее эффективно освоить представленный учебный материал.

При проведении занятий лекционного типа/семинарского типа используются:

лицензионное программное обеспечение:

- Права на использование операционной системы существующих рабочих станций с правом использования новых версий WINEDUperDVC ALNG UpgrdSAPk MVL A Faculty EES, договор №13/ЭА-223 от 01.09.19;
- Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security Стандартный Russian Edition, договор №13/ЭА-223 01.09.19;

свободно распространяемые программы:

- WinZip для Windows - программ для сжатия и распаковки файлов;
- Adobe Reader для Windows – программа для чтения PDF файлов;
- Far Manager – консольный файловый менеджер для операционных систем семейства Microsoft Windows.

При осуществлении образовательного процесса обучающимися и преподавателем используются следующие информационные справочные системы: ЭБС «АйПиЭрбукс», СПС «Консультант плюс», СПС «Гарант», СПС «Референт», СПС «Аюдар Инфо».

8.2. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья созданы специальные условия для получения образования. В целях доступности получения высшего образования по образовательным программам инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья университетом обеспечивается:

1. Альтернативная версия официального сайта в сети «Интернет» для слабовидящих;
2. Для инвалидов с нарушениями зрения (слабовидящие, слепые):
 - присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь, дублирование вслух справочной информации о расписании учебных занятий; наличие средств для усиления остаточного зрения, брайлевской компьютерной техники, видеоувеличителей, программ невизуального доступа к информации, программ-синтезаторов речи и других технических средств приема-передачи учебной информации в доступных формах для обучающихся с нарушениями зрения;
 - задания для выполнения на зачете зачитываются ассистентом;
 - письменные задания выполняются на бумаге, надиктовываются ассистенту обучающимся;
3. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху (слабослышащие, глухие):
 - на зачете присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);
 - зачет проводится в письменной форме;
4. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:
 - созданы материально-технические условия обеспечивающие возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, объекты питания, туалетные и другие помещения университета, а также пребывания в указанных помещениях (наличие расширенных дверных проемов, поручней и других приспособлений);
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

– по желанию обучающегося зачет проводится в устной форме.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Материально-техническое обеспечение дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Аудитория для самостоятельной работы и коллективного пользования специальными техническими средствами для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ в КБГУ, аудитория No 145 Главный корпус КБГУ.	- Комплект учебной мебели: столы и стулья для обучающихся (3 комплекта); Стол для инвалидов-колясочников (1 шт.); Компьютер с подключением к сети и программным обеспечением (3 шт.); Специальная клавиатура (с увеличенным размером клавиш, со специальной накладкой, ограничивающей случайное нажатие соседних клавиш) (1шт.); Принтер для печати рельефно-точечным шрифтом Брайля VP Columbia (1 шт.); Портативный тактильный дисплей Брайля «Focus 14 Blue» (совместимый с планшетными устройствами, смартфонами и ПК) (1 шт.); Бумага для печати рельефно-точечным шрифтом Брайля, совместимого с принтером VP Columbia; Видеоувеличитель портативный HV-MVC, диагональ экрана – 3,5 дюйма (4 шт.); Сканирующая и читающая машина SARA-CE (1 шт.); Джойстик компьютерный адаптированный, беспроводной (3 шт.); Беспроводная Bluetooth гарнитура с костной проводимостью «AfterShokz Trekz Titanium» (1 шт.); Проводная гарнитура с костной проводимостью	Продукты MICROCOFT(Desktop Education ALNG LicSaPk OLVS Academic Edition Enterprise) подписка (Open Value Subscription) No V 2123829 Kaspersky Endpoint Security Стандартный Russian Edition No Лицензии 17E0-180427-50836-287-197. Программы для создания и редактирования субтитров, конвертирующее речь в текстовый и жестовый форматы на экране компьютера: Майкрософт Диктейт: https://dictate.ms/ , Subtitle Edit, («Сурдофон» (бесплатные). Программа не визуального доступа к информации на экране компьютера JAWS for Windows (бесплатная); Программа для чтения вслух текстовых файлов (Tiger Software Suit (TSS)) (номер лицензии 5028132082173733); Программа экранного доступа с синтезом речи для слепых и слабовидящих (NVDA) (бесплатная).

	<p>«AfterShokz Sportz Titanium» (2 шт.); Проводная гарнитура Defender (1 шт.); Персональный коммуникатор EN –101 (5 шт.); Специальные клавиатуры (с увеличенным размером клавиш, со специальной накладкой, ограничивающей случайное нажатие соседних клавиш); Клавиатура адаптированная с крупными кнопками + пластиковая накладка, разделяющая клавиши, Беспроводная Clevy Keyboard + Clevy Cove (3шт.); Джойстик компьютерный Joystick SimplyWorks беспроводной (3шт.);</p> <p>Ноутбук + приставка для айтрекинга к ноутбуку PCEye Mini (1 шт).</p>	
--	---	--

*Специальные помещения - учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ (ДОПОЛНЕНИЙ)

в рабочую программу по дисциплине «Имиджелогия» по направлению подготовки 38.03.03 –
Управление персоналом; Профиль Управление персоналом организации,
на _____ учебный год

№п/п	Элемент (пункт) РПД	Перечень вносимых изменений (дополнений)	Примечание

Обсуждена и рекомендована на заседании кафедры менеджмента и маркетинга протокол № ____ от " ____ " _____ 20 ____ г.

Заведующий кафедрой _____ / _____ /

Распределение баллов текущего и рубежного контроля

№ п/п	Вид контроля	Сумма баллов			
		Общая сумма	1-я точка	2-я точка	3-я точка
	Посещение занятий	до 10 баллов	до 3 б.	до 3б.	до 4б.
	Текущий контроль:	до 30 баллов	до 10 б.	до 10 б.	до 10 б.
	Рубежный контроль	до 30 баллов	до 10 б.	до 10 б.	до 10 б.
	тестирование	от 0- до 12б.	от 0- до 4б.	от 0- до 4б.	от 0- до 4б.
	коллоквиум	от 0 до 18б.	от 0 до 6 б.	от 0 до 6 б.	от 0 до 6 б.
	Итого сумма текущего и рубежного контроля	до 70баллов	до 23б.	до 23б	до 24б
	Первый этап (базовый)уровень) – оценка «удовлетворительно»	не менее 36 б.	не менее 12 б.	не менее 12 б	не менее 12 б
	Второй этап (продвину-тый)уровень) – оценка «хорошо»	менее 70 б. (51-69 б.)	менее 23 б	менее 23 б	менее 24б
	Третий этап (высокий уровень) - оценка «отлично»	не менее 70 б.	не менее 23 б.	не менее 23 б	не менее 24б

Шкала оценивания планируемых результатов обучения

Текущий и рубежный контроль

С емерстр	Шкала оценивания			
	0-35 баллов	36-50 баллов	51-60 бал- лов	56-70 баллов
	<p>Частичное посещение аудиторных занятий. Неудовлетворительное выполнение лабораторных и практических работ. Плохая подготовка к балльно-рейтинговым мероприятиям. Студент не допускается к промежуточной аттестации</p>	<p>Полное или частичное посещение аудиторных занятий. Частичное выполнение и защита лабораторных и практических работ. Выполнение тестовых заданий, ответы на коллоквиуме на оценки «удовлетворительно».</p>	<p>Полное или частичное посещение аудиторных занятий. Полное выполнение и защита лабораторных и практических работ. Выполнение тестовых заданий, ответы на коллоквиуме на оценки «хорошо».</p>	<p>Полное посещение аудиторных занятий. Полное выполнение и защита лабораторных и практических занятий. Выполнение тестовых заданий, ответы на коллоквиуме на оценки «отлично».</p>

Промежуточная аттестация

Се местр	Шкала оценивания	
	Не зачтено (36-60)	Зачтено (61-70)
	<p>Студент имеет 36-60 баллов по итогам текущего и рубежного контроля, на зачёте не ответил ни на один вопрос.</p>	<p>Студент имеет 36-45 баллов по итогам текущего и рубежного контроля, на зачете представил полный ответ на один вопрос и частично (полностью) ответил на второй.</p> <p>Студент имеет 46-60 баллов по итогам текущего и рубежного контроля, на зачете дал полный ответ на один вопрос или частично ответил на оба вопроса.</p> <p>Студенту, имеющему 61-70 баллов по итогам текущего и рубежного контроля, выставляется отметка «зачтено» без сдачи зачёта.</p>

Промежуточная аттестация

Семестр	Шкала оценивания			
	Неудовлетвори- тельно (36-60 баллов)	Удовлетворительно (61-80 баллов)	Хорошо (81-90 баллов)	Отлично (91-100 баллов)
	<p>Студент имеет 36-60 баллов по итогам текущего и рубежного контроля, на экзамене (диф. зачете) не дал полного ответа ни на один вопрос.</p> <p>Студент имеет 36-45 баллов по итогам текущего и рубежного контроля, на экзамене (диф. зачете) дал полный ответ только на один вопрос</p>	<p>Студент имеет 36-50 баллов по итогам текущего и рубежного контроля, на экзамене (диф. зачете) дал полный ответ на один вопрос и частично (полностью) ответил на второй.</p> <p>Студент имеет 46-60 баллов по итогам текущего и рубежного контроля, на экзамене (диф. зачете) дал полный ответ на один вопрос или частично ответил на оба вопроса.</p> <p>Студент имеет по итогам текущего и рубежного контроля 61-70 баллов на экзамене (диф. зачете) не дал полного ответа ни на один вопрос.</p>	<p>Студент имеет 51-60 баллов по итогам текущего и рубежного контроля, на экзамене (диф. зачете) дал полный ответ на один вопрос и частично (полностью) ответил на второй.</p> <p>Студент имеет 61 – 65 баллов по итогам текущего и рубежного контроля, на экзамене (диф. зачете) дал полный ответ на один вопрос и частично ответил на второй. Студент имеет 66-70 баллов по итогам текущего и рубежного контроля, на экзамене (диф. зачете) дал полный ответ только на один вопрос.</p>	<p>Студент имеет 61-70 баллов по итогам текущего и рубежного контроля, на экзамене (диф. зачете) дал полный ответ на один вопрос и частично (полностью) ответил на второй.</p>